

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UNIDAD DE POSTGRADO

Avisos de servicios sexuales y fantasías:

arquetipos, imaginarios y cultura en la ciudad

TESIS

para optar el grado de Doctor en Ciencias Sociales

AUTOR

Pedro Pablo Ccopa Antay

ASESOR

Nicolás Lynch Gamero

Lima-Perú

2009

DEDICATORIA

A la memoria de Pablo Vidal Ccopa Chipana, mi tayta

AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento a Nicolás Lynch por su aliento y persistente interés para culminar esta tesis.

A mis amigos de la academia. A mis amigos de Tempo y del Grupo Acontecimiento; con particular gratitud a Gonzalo Portocarrero.

A los estudiantes de sociología de la UNFV, con quienes traté en aulas este tema en las distintas fases de su desarrollo.

A mi familia: Elizabeth, Nataly y Fiorella, quienes en muchas oportunidades toleraron verme empapelado leyendo y clasificando los contenidos de estos inusuales avisos en los diarios tanto serios como populares.

“El pensamiento es tarea de vagos y maleantes. Hay que saber perderse para trazar un mapa: vagar por los márgenes y desiertos, fuera de la fortaleza en las que están encerrado la verdad, el bien y la belleza. Sólo lo nómada descubre otros mundos. Hay que saber pervertir la ley –jugar con ella- y a veces subvertirla –ponerla en cuestión- para cambiar y/o quitar la ley: provocar malos pensamientos en los bien pensantes, asediar las sedes de la verdad, el bien y la belleza. Solo los malditos mejoran este mundo.”

Jesús Ibáñez

“Una buena parte de la libertad es tener nuestras propias imágenes y no las que están circulando.”

Alain Badiou

“Todavía a comienzos del siglo XVII era moneda corriente, se dice, cierta franqueza. Las prácticas no buscaban el secreto; las palabras se decían sin excesiva reticencia, y las cosas sin demasiado disfraz: se tenía una tolerante familiaridad con lo ilícito. Los códigos de lo grosero, de lo obsceno y de lo indecente si se le compara con los del siglo XIX, eran muy laxos. Gestos directos, discursos sin vergüenza, transgresiones visibles, anatomías exhibidas y fácilmente entremezclada, niños desvergonzados vagabundando sin molestia ni escándalo entre la risa de los adultos; los cuerpos se pavoneaban. Le sigue un rápido crepúsculo hasta llegar a la noche monótona de la burguesía victoriana. Entonces la sexualidad es cuidadosamente encerrada. La familia conyugal la confisca y la absorbe por entero en la seriedad de la función reproductora”

Michel Foucault

ÍNDICE

	Páginas
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
EPÍGRAFE	4
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN.....	10

Primera Parte

ONTOLOGÍA, EPISTEMOLOGÍA, SUBJETIVIDAD Y PLACERES CORPORALES

Capítulo 1.- MARCO DE REFERENCIA PARA UNA SOCIOLOGÍA MUNDANA	30
1.1.- El peso del estructuralismo y el positivismo en la sociología tradicional	31
1.1.1 El estructuralismo y sus fundamentos	31
1.2.- Epistemología del positivismo y el racionalismo	45
1.2.1 El dualismo positivista en el conocimiento	45
1.2.2 Pasar de una imagen dual y geométrica del mundo a una visión sensible	47
1.2.3. La ciencia y el demonio de la coherencia	49
1.2.4. Múltiples racionalidades y vías de conocimiento	52
1.3.- Pasos hacia una sociología mundana	54
1.3.1 La revuelta temprana contra el racionalismo y el cientificismo	54

1.3.2	Descartes y Vico: entre la razón y la imaginación	55
1.3.3	Sentido común e imaginación en Vico	58
1.3.4	Reivindicando el imaginario y la fantasía	60
1.3.5	Una mirada a la fantasía	63
1.3.6	Una teoría para integrar lo mental con la vida	66
1.3.7	Una nueva ciencia sensible	67
1.3.8	Una razón sensible y dionisiaca	69
1.4.-	Obscenidad y anomia en la sociología mundana	72
1.4.1	La anomia	76
1.4.2	El sentido del gasto inútil	78
1.4.3	Goce, obscenidad e impureza	79
1.5.	Modos de conocer y estar en la sociología mundana	80
1.5.1	Simmel y los costos de la innovación sociológica	82
1.5.2	La importancia de lo banal y los detalles en la sociología	84
1.5.3	Lo banal y las minucias en las pesquisas	86

Segunda Parte

AVISOS SEXUALES, FANTASÍAS Y TIEMPOS CULTURALES

Capítulo 2.-	SEXO EN LA CIUDAD Y AVISOS DE SERVICIOS SEXUALES	94
2.1	La emergencia de la sensualidad y el erotismo	94
2.2	Aparición e itinerario de los avisos de servicios sexuales	100
2.3	Anuncios libertinos y cultura	109
Capítulo 3.-	CAMBIOS Y COMPONENTES EN LAS FANTASÍAS SEXUALES	111
3.1	Servicios sexuales, espacio del placer y privatización	111

3.2	Breve itinerario prostibulario y prostitución en la ciudad	113
3.3	Nuevos espacios y tipos de servicios sexuales	115
3.4	Componentes de los anuncios sobre servicios sexuales	123
3.4.1	Datos reales	124
3.4.2	Datos no-reales	126
	3.4.2.1 Fantasías e ilusiones en la sexualidad y el mundo social	126
	3.4.2.2 Los títulos en los avisos: entrada al mundo de la fantasía	130
	3.4.2.3 Títulos y nombres de las prostitutas. Adiós al santoral	134
	3.4.2.4 Tipos de gentilicios y estereotipos sexuales	144
Capítulo 4.- CORPOREIDAD Y SEXOCIALIDAD EN LAS FANTASÍAS SEXUALES		
4.1	Constituyentes de las fantasías y las promesas de placer sexual	155
4.2	La corporeidad o las virtudes del cuerpo femenino que seducen	156
4.2.1	Atributos del cuerpo femenino que seducen	158
4.2.2	El trasero como epistemología o elemento de identificación	168
4.2.3	La preferencia por el cuerpo femenino joven	177
4.2.4	Tipo de belleza preferida según raza	189
4.3	La sexocialidad o virtudes amoratorias femeninas	196
4.3.1	Sexocialidad: trato de pareja, cariñosas y complacientes	200
	4.3.1.1 En la cama: sumisas y complacientes	202
	4.3.1.2 La promesa de trato de pareja y distintas sensibilidades	205
	4.3.2 Sexocialidad o tipologías de las mujeres deseadas para el placer	208
	4.3.2.1 Los dos lenguajes del sexo salvaje	215
	4.3.3 Estereotipos de comportamientos sexuales	220
	4.3.3.1 Chibolitas, debutantes y estudiantes universitarias	220
	4.3.3.2 Modelos, anfitrionas y kinesiólogas	228
	4.3.4 El uso de implementos para el placer sexual	229

4.4	Imágenes fotográficas y avisos de servicios sexuales	230
4.4.1	Imágenes fotográficas y centralidad subterránea	232
4.4.2	De los gestos y las posturas corporales	236
4.4.2.1	El rostro	236
4.4.2.2	Rostro y bustos	242
4.4.2.3	El cuerpo entero	243
4.4.3	Fotografías y lo fantástico	246
CAPÍTULO FINAL		251
BIBLIOGRAFÍA		266
ANEXOS		283
Anexo 1		283
Anexo 2		287
Anexo 3		290
Anexo 4		293
Anexo 5		299
Anexo 6		300
Anexo 7		302

RESUMEN

Esta tesis trata sobre las fantasías que rodean la sexualidad masculina en la ciudad. La materia prima son los avisos de servicios sexuales que las mancebas de nuevo tipo publican en los diarios de circulación nacional. Estos anuncios, aparentemente frívolos y banales, contienen elementos claves de nuestra cultura (arquetipos de lo imaginario, el erotismo, el racismo, las identidades, el valor de la belleza, la juventud, el tipo de cuerpo femenino que seducen a los hombres, entre otros) y de nuestras interacciones sociales, así como señales del tiempo cultural que vivimos.

El propósito es mostrar la importancia de lo banal y lo orgiástico en el conocimiento de la realidad social, en la estructuración y regeneración social.

Es un estudio básicamente cualitativo en el método, técnica de recolección e interpretación de los datos.

Los conceptos clave de este trabajo son el imaginario y las fantasías en términos antropológicos, pretendiendo articular este último con los usos en el psicoanálisis de la tradición lacaniana.

El recurso a materiales de la vida cotidiana, el cine, la televisión y la literatura sirven para ilustrar los conceptos que articulan este trabajo.

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es analizar e interpretar el contenido de los anuncios de servicios sexuales femeninos, de carácter banal y frívolo, que se publican en los diarios de circulación nacional, para descifrar las fantasías e imaginarios que rodean la sexualidad masculina, así como las tendencias culturales dominantes en nuestra sociedad.

Como ciudadano bien informado, leemos las páginas de los diarios para indagar sobre los acontecimientos de la actualidad nacional e internacional: los negocios, la economía, la política, el deporte, el turismo, los espectáculos, etc. Abrimos la sección de avisos clasificados para ver cómo está el mercado de empleo, de bienes, casas, departamentos, terrenos, autos, entre otras cosas; pero de repente, al lado de este grupo de información que ya forma parte de nuestra lectura rutinaria, encontramos un conjunto de avisos de índole prosaico, mundano, relativos al sexo venal, dirigido al público masculino heterosexual, por lo general, pero también femenino y homosexual. Son ofertas de conjunción carnal pasajera a cambio de paga, es decir prostitución, que utilizan como lenguaje de seducción gratas promesas sexuales.

Estos anuncios son sugerentes. Son abiertamente lúbricos, es decir, lascivos, lujuriosos, obscenos. Es habitual encontrar textos de este tipo: *“Andreíta. Nenita golosa. Superapretadita. Blanquita 18 años. l/rostro b/cuerpo. Te espero solita. c/dpto. privado. San Borja 50 ½ hora”* o *“Labio rico. Apetecible charapita A1 (19 años) fogosa, insaciable, durita 100% natural, compruébalo. Trato de pareja S/. 35. 24 horas”* (diario *Trome*). Ahí se encuentra un repertorio de imágenes sexuales propio de la cultura urbana, así como figuras, imaginarios y arquetipos sociales referidos a la raza, el canon de belleza dominante, el tipo de cuerpo femenino preferido que colma las fantasías sexuales masculinas (joven, bella, esbelta, exuberante, lozana), entre otros.

La forma de presentación de estos anuncios son llamativas: con viñetas, nombres femeninos en letras grandes, encuadradas y en negritas. Algunos están acompañados de fotografías de mujeres de bellos rostros y cuerpos seductores, en postura sugestiva, casi todas de facciones caucásicas, espigadas, de esbelta figura, pelo rubio y ojos claros.

Esto es un hecho social nuevo, inusual dentro de la cultura urbana. Radicalmente novedoso en cuanto visibilización y masificación de una práctica sexual de paga en la ciudad que, sobre todo en el siglo pasado, era “*patrimonio de una aristocracia pervertida*”, de bohemios, libertinos, artistas, poseídos por un espíritu de abandono, lascivo y gozoso, pero velada y oculta para la mayoría del común de las personas.

La publicación de esos avisos de servicios sexuales en los diarios de circulación nacional, así como su aumento inusitado en los últimos años, nos indican que vivimos un nuevo tiempo dentro de la historia de la sexualidad. Tradicionalmente, estas prácticas carnales se realizaban semiclandestinamente, en casas de cita, en algunas calles rojas de la ciudad o en los burdeles, locales públicos de prostitución, donde las trabajadoras del sexo brindan servicios carnales placenteros a los parroquianos, previo pago.

Este tipo de prostitución ha estado rodeada de una aureola de peligro y rufianearía. Ellas eran representadas como mujeres de hablar atrevido, impúdicas y disolutas. Pero esta imagen se va disolviendo. La aureola de clandestinidad, estigma social y moral que antes la envolvía va desapareciendo. El que ahora se realice de manera abierta el ejercicio de la prostitución, inclusive utilizando elementos de la publicidad comercial, similar a cualquier negocio lícito, es uno de sus signos más claros. Impensable, en ese entonces, que pudiera brindarse el servicio en la privacidad de un departamento, y menos que pudiera publicitarse como ahora.

Lo inédito y valioso de este hecho social no sólo está en su publicidad, en la magnitud en que éste se realiza, en la forma de su presentación, y, en la “privatización” del servicio, sino sobre todo en las imágenes culturales presentes en el contenido de esos anuncios, donde las promesas de goce sexual son explícitas, abiertas y desenfadadas. Sorprendente para una sociedad y una cultura donde la sexualidad, sobre todo la periférica como la practicada por las prostitutas y con ellas, sólo hace dos décadas atrás, socialmente estaba estigmatizada y moralmente condenada. Inclusive ellas, las trabajadoras sexuales, no sólo eran marginadas sino, además, reducidas a la condición de *homo sacer*, persona al que se puede maltratar, insultar, inclusive matar, con total impunidad. Nótese que la injuria más dura, en nuestro medio, es decirle a alguien “hijo de puta”. Lo que grafica la connotación de su significado

social y moral. Por eso, estos materiales no sólo nos remiten a las fantasías sexuales masculinas, sino que también brindan pistas para comprender el tiempo o momento cultural que vivimos.

Estos anuncios tratan de llenar los sueños sexuales masculinos en general, pero su forma y contenido es específico. Varían según sea el público objetivo al que están dirigidos. Este se clasifica en grandes pares de términos socioculturales: aquél que pertenece a la cultura ilustrada y el pensamiento formal, y aquél que se ubica dentro de la cultura popular y las mentalidades. Por eso los dos tipos de anuncios de ofertas sexuales, según esos acondicionamientos, se publican en dos tipos de diarios que cada grupo social consume preferentemente, los diarios formales y los de corte popular (llamados “chicha”) y deportivos. Los avisos dirigidos a los sectores sociales altos y medios aparecen en los diarios formales, serios, reunidos en la sección de avisos clasificados. Los dirigidos a los sectores medios, bajos y populares en los diarios populares, salpicados en varias páginas u ocupando dos medias páginas en su interior¹.

El uso del discurso en estos avisos de servicios sexuales es un hecho reciente, desacostumbrado, que tiene un proceso de constitución. En los años 80, cuando aparecen publicados los primeros avisos de ofertas de servicios sexuales, en *El Comercio*, diario decano de la prensa nacional de corte serio, su lenguaje es insinuante, subrepticio. Disimula su actividad real bajo el genérico de “kinesióloga” o “masajista”. “*Masaje p. empresarios, ejecutivos, atienden jovencitas. Obesidad, circulación, cansancio. Teléfono 467292.*” (*El Comercio*, enero 1980). En cambio ahora el lenguaje es directo y explícito, como se ha ilustrado líneas arriba. Más aún, en los últimos años, los avisos sexuales de orientación popular se acompañan con imágenes fotográficas de mujeres semidesnudas en posturas sugerentes, pasando del formato blanco y negro al de colores, en algunos casos. Señal de

¹ En un diario de corte popular, *Trome*, editado por Prensa Popular de la Empresa Editora El Comercio, en los últimos domingos, del primer semestre del año 2005, se ha comenzado a publicar un suplemento de avisos clasificados titulado El Talán, donde hay una sección denominada Relax, lugar donde se publican avisos de damas que ofrecen sus servicios sexuales. Anteriormente no existía este suplemento y lo que ahora se publica en la sección Relax, con otros aditamentos más, antes se encontraba de manera profusa repartido en dos páginas, a mitad; lo que aún se mantiene todos los días de semana. Los diarios *Aja*, *El Popular*, *El Chino*, *Todo Sport* y otros mantienen su tónica de hacerlo todos los días en el mismo formato: sin una sección especial. Generalmente son a colores y acompañados de imágenes fotográficas.

los nuevos tiempos culturales que vivimos, graficado en una mayor disposición hacia el goce corporal y estético, distinto a la fase de la modernidad represiva.

El invento de los sueños

Zizek dice para el cine: “En el cine se puede encontrar la ideología en su estado de máxima pureza. Si uno quiere saber cómo es una sociedad determinada tiene que ir al cine y allí se demuestran las tendencias que dominan una época” (Zizek, 2004). Lo mismo podemos decir de los relatos brindados por estos anuncios en tanto inventan sueños, promesas de goce sexual, tratando de cubrir los deseos masculinos, en formato erótico y frívolo.

En tanto estos materiales son considerados banales, es necesario señalar algunas consideraciones sobre lo que entendemos como tal.

Lo banal es aquello considerado anodino, insignificante, elemento pequeño y sin importancia. Precisamente por esa aparente condición de insustancial e insignificancia cotidiana, escapa de los aparatos de control del poder.²

Lo más banal y frívolo de la experiencia adquiere un sentido singular tomado desde la socialidad. En la vida seria, las personas interactúan en función a un contenido. Lo serio de su contenido se convierte en su sustancia. En la vida sociable la interacción es un fin en sí mismo, sin objetivo específico, ni finalidad buscada, prevista. Georg Simmel llama a la sociabilidad “la forma lúdica de la socialización”; es decir, forma de interacción alegre, gozosa, que prescindiendo de los contenidos centra su atención en las formas, en la buena forma de las interacciones, en el ejercicio libre que se agota en sí mismo, sin cumplir algún objetivo. Lo que interesa es el puro proceso de socialización en una lógica de juego.

En la sociabilidad, por el carácter lúdico de las interacciones, se excluyen los elementos objetivos que rodean a las personas, a las cosas y lo más específico de los seres, para establecer unas relaciones formales puras. Se establece un terreno de interacción entre iguales. Crea la ilusión de seres que se despojan de parte de su contenido y da de sí lo

² En la Edad Media francesa, el día que el horno donde se hacía el pan, de uso del señor, pasaba a pertenecer a toda la villa, se llamaban el día del horno banal. Así lo banal no sólo sirve para designar aquello que es de uso común, cotidiano, sino que es además aquello que escapa al poder. Ver Entrevista. *Michel Maffesoli: reivindicación de lo banal*, en Revista de Occidente Nro. 271, febrero 2003.

mismo que obtiene del otro. Es un mundo artificial, ilusorio, democrático. El individuo se libera de condicionamientos concretos y contenidos y actúan según sus impulsos, según la ocasión, suprimiendo la motivación concreta de la unión. Lo más importante es establecer la unión, la conexión. Esta práctica de relación puramente formal con la realidad ahorra a la sociabilidad las fricciones, las resistencias de ésta, por eso mismo las relaciones lúdicas, las buenas relaciones que se establecen con la realidad, con el momento, con las cosas. En la sociabilidad el individuo se libera del condicionamiento concreto de “contenidos más profundo”. El ideal de sociedad se miniaturiza. Se puede afirmar que es el momento libre y feliz de la vida. La ética aquí tiene también una forma lúdica.

En tanto el mundo social es el mundo de la racionalidad, la seriedad, guiado por objetivos, la sociabilidad se desarrolló “como residuo de una sociedad determinada por fines” (Simmel, 2002: 98).

Esta concepción de la socialidad que adquiere normas propias, como “residuo”, distintas a la del conjunto, se encuentra en otros autores, por ejemplo Zizek. La idea básica es que al lado del conjunto social hay una realidad desprendida de ella, que se administra según sus propias leyes y no de la ley del conjunto, que puede mostrar un carácter vacío, pero que desde esta distancia de toda realidad inmediata, a menudo inapreciable, este reino puede mostrar la esencia más profunda de la vida de manera completa, homogénea y correcta.

Este espacio de la sociabilidad parece estéril, insignificante. Pero ahí está ensamblada “la más fina y sublime dinámica de la existencia social en general”.

La sociabilidad es la suspensión temporal de la realidad, pero no es un huir de la vida. La sociabilidad tiene esa capacidad liberadora, de alegría aliviadora, precisamente en el estar juntos, al estar al mismo tiempo sublimado y diluido de las fuerzas de la realidad dotada de contenido.

Maffesoli, inspirado en este concepto simmeliano, acuña el concepto de socialidad, para indicar todos aquellos elementos microsociales, pequeños y dispersos; todo aquello que compone la vida cotidiana (estilo de comer, vestir, vivir, de practicar la sexualidad, de conversar, etc.) que expresa la mera voluntad de vivir, más allá de una función u obligación social. Si lo social se funda únicamente sobre la razón, el trabajo, el progreso o la fe en el porvenir, la socialidad se funda en lo afectivo, lo sensible, lo imaginario, lo lúdico, lo lírico.

La socialidad pone el énfasis en el goce del instante actual más que en las metas a conseguir.

Un segundo aspecto. A diferencia de la tendencia del pensamiento social moderno de concentrar su preocupación en los grandes problemas de la sociedad y en la construcción de modelos totalizadores de explicación de lo social, desde la socialidad hay que concentrar la atención en las pequeñas cosas de las que se compone la vida social. Las instituciones, los grandes acontecimientos están hechos de muchos pequeños eventos, que poco a poco fueron constituyéndose en formas sociales. Si se trata de dar una explicación de los hechos macrosociales se debe ver el proceso de los hechos cotidianos, donde estos se entretejen y configuran.

Extendiendo el significado de este concepto a nuestro trabajo, se puede afirmar que la banalidad de los materiales que analizamos, está más allá de la verdad y la mentira en tanto presentada como un juego, donde los individuos que elaboran las propagandas como los individuos que los leen entran en una interacción trascendiendo sus propios contenidos. Por eso al hacerlo disfrutan; los que los tienen consigo, lo socializan entre sonrisas cómplices. Incluso donde hubieran usuarios dispuestos a buscar disfrutar de los cuerpos en ofertas, con las virtudes señaladas en los anuncios, en relación al cuerpo y el trato amoroso que ofrecen, éste no pierde la condición lúdica, fantástica de la propaganda, aun cuando se tiene la sospecha de que es “pura propaganda”. En el fondo, intuitivamente saben que como mercancía esos cuerpos son objetos particulares para satisfacer una necesidad particular, pero al mismo tiempo es promesa de goce más allá de sí mismo. Y lo primero que se consume es esa promesa de goce de la propaganda. Hay el convencimiento de que no es real, pero esto no cuenta sino el puro deseo de disfrute que toma muy en serio su contenido, sobre todo en los sectores populares. En cambio en los sectores sociales altos e ilustrados su tono serio hace que la propaganda se presente un tanto aséptica y formal.

Su atractivo está en rodearse de ese juego imaginativo. Aquí se juega a que esos objetivos femeninos que se exhiben como producto son “reales”, cuando no necesariamente son tales, como se describe.

Este estudio se nutre de esta perspectiva. Esto lo diferencia de la perspectiva racionalista seria y dramática de la vida social, que ronda las ciencias sociales tradicionales. Por eso mismo en este estudio no nos preocupa la verdad o la falsedad en estos avisos, sino a partir

de su contenido entrar al terreno del juego de las fantasías sexuales, del juego simbólico de los deseos y la cultura en clave lúdica.

Es dentro de este espíritu que este trabajo trata de reivindicar la utilidad sociológica de lo banal, lo frívolo y lo sensual en el conocimiento de la realidad social de la sexualidad y la cultura. Las minucias, el *humus*, que acompaña todo hecho social aquí es recuperado como elementos que nos acercan al conocimiento de aquello muchas veces oculto o disimulado. Incluso aquí pasa a ser un concepto e instrumento metodológico de pesquisa bastante pertinente, como se argumenta en la quinta parte del Capítulo I de esta investigación.

Una lectura académica de estos anuncios desde una perspectiva prometeica y el progresismo histórico moderno –preocupado por el desarrollo, la moral y los problemas sustanciales, sobre todo–, le concedería un tratamiento displicente. Diría que el contenido es frívolo, contrario a la seriedad formal y a las virtudes que el mundo productivo exige; por consiguiente intrascendente, inútil para posibles estudios históricos sociales culturales. Incluso podría verse en ello síntomas de una inevitable decadencia.

Visto desde una perspectiva orgiástica (Maffesoli, 1996)³, estos mismos materiales adquieren otro sentido. Revelan una ética que valora la disipación, acentúa el presente y el goce, la fuga de la imposición moral que reglamenta el mundo sexual; brinda una función emocional de interacción simpática con el universo, con el entorno, entre los seres; una situación de éxtasis donde la fantasía despliega sus potenciales gratificantes. Así, aquello considerado banal, frívolo, mundano, se constituye en materia valiosa para explicar y comprender los acontecimientos socioculturales, de los que la ideología productivista no sabe dar cuenta. En este caso, lo banal y lo obsceno cumplen una función importante en la vitalidad social, la generación y regeneración del cuerpo social⁴.

³ Para Maffesoli lo orgiástico “es una intensificación del acuerdo simpático con el cosmos y con los otros”. Es un factor de socialidad. Lo orgiástico tanto en su manifestación paroxística como en su práctica cotidiana subraya la alegría del *carpe diem*, al mismo tiempo que desdeña las ideologías ‘virtuistas’ ” (Maffesoli, 1996). Perteneció al orden de lo improductivo. Señal de la vitalidad social.

⁴ Los grandes acontecimientos de la vida de las personas y las sociedades están ligados a hechos considerados triviales o de vanidad. La captura de Abimael Guzmán está ligada a residuos, a restos nimios que iba dejando en su recorrido, a los indicios en basuras y desperdicios. La identificación y posterior captura de toda la cúpula del Partido Comunista del Perú, conocido como Sendero Luminoso (SL), se debió a un hecho trivial, de vanidad. La grabación en video de todo el Comité Central celebrando con abundante vino, danza incluida, evidentemente fue movido por vanidad más que dejar un testimonio histórico de ese acontecimiento. Impensable que su propósito haya sido perennizar la imagen de su líder histórico, cuasi divino, en estado de ebriedad mundana. A fin de cuentas, Sendero Luminoso participaba del proyecto burguésista instaurado con

Tratar estas manifestaciones de la sexualidad en la ciudad, en momentos en que hay una preocupación por la moral, puede resultar, para algunos, contraproducente, no ética, inmoral, una invitación al relax, al desarreglo. Para otros, una invitación a la evasión frente a los grandes problemas sociales que abruma el ánimo de la población y la sapiencia de la intelectualidad sería. Encubrir con un barniz académico una situación anómica que la moral reprueba. Iluminar el lado oscuro de la sexualidad visto como peligroso, que habría que ocultar, controlar o regular socialmente de una manera drástica⁵; sobre todo porque en nuestra sociedad la privación y el sufrimiento es una herencia clerical judeo-cristiana que tiene connotación positiva, y, el placer y la seducción una connotación negativa, asociados al mal. “Un destino indeleble recae sobre la seducción. Para la religión fue la estrategia del diablo, ya fuese bruja o amante. La seducción es siempre la del mal. O la del mundo. Es el *artificio* del mundo” (Baudrillard, 1998: 9). Y esos volantes y anuncios de ofertas sexuales tienen el propósito de seducir ofreciendo llevar al goce, al disfrute sexual del cuerpo y los sentidos según los deseos más íntimos.

De los anuncios libertinos

Estas fuentes escritas de carácter frívolo y banal tienen la particularidad de ser indirectas. Son elaborados por individuos vinculados abiertamente al negocio del sexo, que actúan como intermediarios culturales, paradójicamente, en este caso, no son deformantes sino reveladores de algunas peculiaridades centrales de nuestra cultura de hoy, en tanto su propósito comercial hace que sus recursos de seducción sugerentes destilen a través de los deseos y fantasías sexuales, sobre los cuales aún no hay un registro consciente.

la modernidad. Otro pequeño detalle más. La captura de la mayoría de los líderes de la subversión tanto del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) como de SL, no se realizó en un campo de batalla o trinchera de lucha, sino en hoteles u hostales en compañía de sus parejas. Víctor Polay cayó junto con la camarada Padilla en un hotel de provincia; Morote, igual; Guzmán cayó con la Elena Iparraguirre y una cohorte de mujeres, en su casa de alojamiento. Y pensar que el amor y la sexualidad humana todavía es considerada trivial en la vida de las personas y la sociedad, por muchos.

⁵ En el mes de mayo del 2007, el Congreso de la República aprobó un dictamen que propone la prohibición de cualquier material de difusión que ofrezcan servicios sexuales en los medios de comunicación social, en nombre de la buena moral con el propósito de proteger a la población de esta contaminación malsana. Prohibición cuya transgresión sería multada con 100 UIT, es decir, cerca de S/. 345 mil nuevos soles.

Frente a los anuncios como datos no adoptamos una postura empirista ingenua, ni un permanente cuestionamiento de sospecha, sino que consideramos que estos, por ser anodinos, circulan en escenarios públicos de la vida cotidiana, formando parte del discurso oficial y su mundo, pero como un suplemento obscuro. Gira a su alrededor pero diciéndonos algo más que el discurso proveniente del poder, la lógica burocrática y las actuaciones ceremoniosas. Esto que parece una contradicción en una lógica de dominación total, no lo es. La resistencia es inmanente al poder. Žižek nos recuerda que “... el edificio del poder mismo está dividido desde dentro, es decir, para reproducirse a sí mismo y contener a su Otro, debe apoyarse en el exceso inherente que lo cimienta –para ponerlo en términos hegelianos de identidad especulativa, **el Poder es siempre-** ya su propia transgresión, si va a funcionar, debe apoyarse en una especie de suplemento obscuro” (Žižek, 1999: 86).

Por ser frívolo, es abierto y libre dentro de los cánones que brinda nuestra cultura. Su desembarazo no le viene sólo por su frivolidad sino por pertenecer a un mundo dionisiaco, diferente del oficial que es prometeico, sensato, formal, decoroso; preocupado por el orden positivo del mundo ascético; por la unidad, la estabilidad monoteísta del individuo. En cambio Dionisio huye del letargo de una unidad demasiado aséptica. Corre hacia la fusión y la confusión. Es una deidad telúrica. Evoca el terremoto no sólo físico sino en términos globales. En él está inscrita la idea de inestabilidad, de nomadismo, de la multiplicidad, del politeísmo de las personas; de la alternancia, del desempeño de diversos papeles a través de identidades múltiples (Maffesoli, 2004: 52-53)

Antecedentes

Este trabajo no es precisamente una investigación sobre la prostitución en la ciudad. Si bien toma como punto de partida las nuevas formas de su ejercicio en la actualidad, a diferencia de otros trabajos que centran su preocupación en la situación de las mujeres prostituidas o que se prostituyen, el propósito de éste es explorar las imágenes y fantasías presentes en las promesas de placer sexual de los avisos de servicios sexuales (más visible), así como de los nudos culturales (menos visible) con que han sido contruidos. Difícil de prescindir del aspecto fantasmático privado que la acompaña, que, en términos de Orest Ranum, es aquel

“espacio del universo de la imaginación de cada persona, espacio de las relaciones entre dos interioridades, que constituyen las intimidades de los tiempos modernos” (Aries, 1991; 211). Se trata mostrar la otra función de las trabajadoras del sexo, como generadoras de otras socialidades, ensueños y fantasías en el mundo social.⁶

Este paso implica discutir con algunas posturas paradigmáticas sobre las prostitutas y el mundo del *prostibulum* que han asentado sus reales en el medio con cierto éxito. Unas, que bajo el concepto de poder patriarcal la reducen a la férula del varón, y otras donde ellas, como objeto, son reducidas a mercancías negociables en el mercado. El eje común es: la desvalorización de la mujer por parte de una sociedad patriarcal: “Hablemos primero de la prostitución como una institución organizada por hombres en función de hombres” (El Pozo, 1994); y la sexualidad como una relación de poder donde la mujer es la parte más afectada como objeto, donde el cuerpo y la sexualidad también se convierten en objeto, por tanto, en producto negociable en el mercado (El Pozo, 1993).

Según esta concepción en la relación de poder hay un solo polo, donde uno manda y el otro obedece. Obviamente la mujer aquí es la víctima y el varón el victimario. Desde Elías sabemos que toda interrelación es una relación de interdependencia personal y funcional, donde el poder y las vinculaciones emocionales de las personas juegan un papel importante (Elías, 1970).

Las interdependencias humanas crean figuras sociales, una de ellas es la de la prostitución, constituido por tejidos de tensión, y esto es así porque cada individuo que participa en la configuración tiene una cuota de poder más o menos inestable, fluctuante, por lo que es posible establecer graduaciones de poder en el interior de esas interdependencias, y no relaciones establecidas, fijas y absolutas.

⁶ Pueden considerarse como antecedentes indirectos de esta investigación las publicaciones sobre este mundo en sus distintos aspectos: los derechos de las trabajadoras del sexo; el tráfico de mujeres; la prostitución callejera; la manera cómo en ese comercio el cliente pasa desapercibido; los testimonios de vida; los intentos de reglamentar su trabajo (Osborne, 2004; Juliano, 2002; Nancel, 2000); los lazos existentes entre prostitución y pobreza; la prostitución y el mundo tenebroso de la maldad (Molina, 1998; Jáuregui, 1996); o las representaciones como mujeres de la mala vida (Temprano, 1995). Quizá el antecedente más próximo sea el texto de Gonzalo Portocarrero (2001), donde señala que hay una educación perversa de la sexualidad en el neoliberalismo, una de cuyas expresiones sería, por un lado, el uso pornográfico del cuerpo femenino en las carátulas de los periódicos “chichas” y, por otro, las ofertas de servicios sexuales que se publican en estos diarios. La diferencia con mi trabajo es notoria.

La consideración del poder como algo relacional, que forma parte de toda interacción humana, es clave en el pensamiento de Norbert Elías. “El poder tiene algo que ver con el hecho de que existen grupos o individuos que pueden retener o monopolizar aquello que otros necesitan, como por ejemplo, comida, amor, sentido o protección frente a ataques (es decir, seguridad), así como conocimiento u otras cosas. Y, cuanto mayor son las necesidades de estos últimos, mayor es la proporción de poder que detentan los primeros. Por otra parte, los grupos o individuos a los que se les niegan los medios para satisfacer sus necesidades poseen generalmente algo de lo que carecen, y que a su vez necesitan, los que monopolizan lo que otros necesitan. Pero, si se exceptúan los casos marginales, siempre se producen equilibrios de poder, proporciones de poder más o menos similares, aunque sean poderes diferentes.” (Elías, 1994: 53-54).

Este es un análisis de las relaciones de poder muy diferente al habitualmente utilizado en el ámbito de las ciencias sociales. Para Elías todo poder es relacional y no es una repartición binaria donde uno tiene el poder y el otro no. Para él hay una diferente graduación de poder en el interior de las interdependencias. El poder no es fijo, ni definitivamente establecido. A esto lo llama equilibrio inestable de poder o cambiante equilibrio de poder, producto de una configuración específica. Aspecto no entendido en estos trabajos sobre la prostitución femenina, que en el propósito de reivindicarlas las reduce a cosa. Veamos el concepto de objeto que acompaña a esta ideología.

En la visión espontánea de los objetos (sólo en función de la necesidad y su valor de uso), el cuerpo de la mujer será visto sólo como mercancía que sirve para satisfacer una necesidad específica. Esta forma de ver las relaciones entre los sexos parece irrefutable, pero en realidad, en las relaciones sexuales de los géneros y transgéneros el cuerpo del otro es siempre un objeto de deseo para el consumo, *centro de mi inversión libidinal*, que como objeto objeta, perturba el andar calmo de las cosas, hace nacer el cosquilleo como señala Žižek (2006). Es decir, el objeto no es un objeto pasivo. Lo que sucede es que, como el varón manifiesta de manera más abierta sus deseos, hace pensar que ello es exclusivo de él y no compartido por la mujer. Los términos caseros que usan los hombres para referirse sexualmente a las mujeres: “*voy a comerte*” o “*voy a cogerte*” son bastantes ilustrativos.

Para la mujer el sexo opuesto también es objeto de deseo. De ahí que la coquetería sea un arma de seducción sobre todo femenina. Mediante el coqueteo, la mujer prueba su poder sobre el hombre en términos sexuales, al mismo tiempo que expresa su deseo de posesión sexual y afectivo. Para ilustrar la fuerza de esta actitud ambivalente de la coquetería en la mujer, referiremos un caso muy sonado en estos días. En unos audios difundidos por la televisión y radio local, se revela que un conocido conductor de un programa de televisión de medianoche, que aparecía ponderado e insobornable, le dice a su amante de aventura con la que ha tenido un hijo, que le va echar ácido en la vagina, que va a matarla, hacerla picadillos, entre otras amenazas. El agresor, en una entrevista televisiva, admitió haber dicho todo eso y estar en tratamiento psiquiátrico por culpa de ella y, que en un estado de desesperación dijo todo aquello. Como disculpas señaló que su ex pareja le había trastornado emocional y sexualmente: “*Me volvió loco con sus shorcitos*”. El culpable es la inoportuna exhibición de sus atractivos físicos antes sus ojos. La referencia al shorcito es interesante para ver el sentido de la coquetería. Ésta es la facultad de “despertar el agrado y del deseo por medio de una antítesis y síntesis singulares, ofreciéndose y negándose alternativa y simultáneamente, diciendo un sí y un no simbólico, meramente indicado, ‘como desde lejos’. Por medio del dar y en no dar...” (Simmel, 2002: 141). El short exhibe y oculta partes del cuerpo femenino en una situación de dar y no dar. Este golpe psicológico del atractivo cuerpo de ella fue fatal para la facultad racional de él hasta volverlo loco. Poder del cuerpo femenino presentado coquetamente para agradar y seducir al hombre.

Cuando en el discurso feminista se habla de las mujeres en general, y de las prostitutas en particular, como objeto, sólo como objeto, no se es objetivo. En la medida en que me sirvo de ella como mujer para el placer no es objeto, sino mujer, persona, con todas sus implicancias. Desde esta perspectiva espontánea, los parroquianos irían al prostíbulo sólo a satisfacerse sexualmente, como si ellas fueran muñecas de látex inflable. Pero no es así, prueba de ello se encuentra en la literatura, en las evidencias vividas y en las telenovelas. En la telenovela *Isaura, la esclava*, hay un burdel donde concurre tanto la gente común como la gente respetable del pueblo, y comparten las mismas putas. Va el hacendado, el médico del pueblo, el capitán de milicia, el alcalde, pero también Melquior, el jardinero de

cuerpo deforme de la hacienda de Leoncio Almeyda. Allí los hombres no sólo tienen sexo con “las florcitas”, como se las llama a las prostitutas, sino también beben y conversan con ellas, comparten pareceres, sueños o buscan consuelos para sus cuitas y desamores.

Tomar a las prostitutas y su mundo únicamente como objeto es ver sólo uno de sus aspectos; es descontextualizar su función, su significado social, que va más allá del sexo. Esto no significa negar los horrores que rodean la explotación sexual, el comercio infame del cuerpo de las personas; sus pobreza y miserias; la rufianearía y las delincuencias que lo rodean, pero hay otros aspectos de este mundo donde sí llega el sol, que es necesario tomar en cuenta en su estudio.

Para ver esta otra dimensión, en este trabajo, leemos los anuncios más allá de las evidencias prácticas y la moral. Los leemos como signos, como fábricas y pruebas de algo. Por consiguiente causa y causante de satisfacción soñadora. Causante y causa de fascinación, de pasiones proyectiva del sujeto.

El problema y los objetivos

A partir de este supuesto, esta investigación trata de responder las siguientes interrogantes:

¿Qué factores sociales y culturales intervienen en la aparición, construcción y aumento acelerado de este tipo de anuncios y volantes relativos a la sexualidad en los últimos años en la ciudad de Lima?

¿Cuál es la naturaleza del contenido de esos anuncios y volantes?

¿Qué función cumple la fantasía en la configuración del significado de los anuncios sobre ofertas sexuales?

¿En qué grado el tipo de imaginarios y arquetipos sociales que se encuentran con mayor frecuencia en los avisos clasificados referidos a la sexualidad, reflejan lo que somos como colectividad?

El espacio teórico de este trabajo está moldeado por dos ejes: una epistemología que invita a abandonar la visión geométrica del mundo, rescatando el valor de lo noológico y lo banal,

así como los valores dionisiacos en la sexualidad y la vida social. El otro eje tiene que ver con las teorías de la fantasía y los imaginarios⁷.

En esta investigación se rescatan algunos clásicos de la sociología que en su tiempo fueron postergados, como Simmel, Von Wisse, Tonnies y Elías, para demostrar la actualidad de las preguntas que se hicieron sobre la relación entre lo social y lo individual, entre lo macro y lo micro. Particularmente Simmel, un autor que, guiado por una rica percepción de la realidad, elaboró categorías y metodologías sociológicas capaces de permitir ver lo nuevo que emergía a partir de hechos aparentemente triviales y frívolos como la moda, la coquetería, la estética del rostro, el puente, la puerta y la ventana, entre otros.

El objetivo de esta investigación es determinar la naturaleza de la fantasía, el imaginario y los arquetipos sociales que rodean los deseos sexuales masculinos de ahora, mediante el análisis e interpretación de los anuncios y volantes sobre ofertas de servicios sexuales, para lo cual debemos:

- Analizar e interpretar los elementos de seducción utilizados en los anuncios y volantes
- Describir e interpretar el tipo de fantasías sexuales más frecuentes que transmiten los avisos clasificados y volantes que se reparten en las calles de la ciudad.
- Determinar la manera en que los imaginarios y arquetipos sociales se manifiestan a través de las fantasías en los anuncios y volantes sobre ofertas sexuales.

Por las propias características de estos anuncios sexuales baladíes y profanos, las unidades explicativas habituales resultaron insuficientes, por lo que se hace necesario tender puentes que unan la sociología con otras disciplinas como la antropología, la filosofía y el psicoanálisis.

⁷ Dentro de la filosofía, la noología indica una integración de lo mental con la vida, para otros, como Ortega y Gasset, la noología es la “conciencia de los objetos”. En esta investigación se emplea en los términos amplios que señala Morin. “La esfera noológica, constituida por el conjunto de los fenómenos llamados espirituales, es un universo muy rico que comprende ideas, teorías, filosofías, mitos, fantasmas, sueños. La idea aislada y el gran sistema teórico, el fantasma y el mito, no son “irreales”. No son “cosas” del espíritu, son la vida del espíritu” (Morin, 1999: 283).

Importancia

Hay varias vías de acceso al conocimiento de la realidad social. Hay quienes consideran que sólo en los productos superiores de una cultura y en los espacios culturalmente densos y sublimes pueden visibilizarse el espíritu de una época, de las clases, de las colectividades y los individuos (los conflictos de las identidades, los patrones de poder, el control social, entre otros). Por el contrario, esta investigación rescata los productos culturales considerados banales, “sin sentido”, obscenos y orgiásticos, en este caso los avisos de servicios sexuales, que no forman parte de las grandes preocupaciones especulativas y sistemáticas, como las económicas, las políticas y los relativos al poder, por cuanto, a diferencia de los discursos superiores que habitualmente invisibilizan lo real por estar adscrito a su lógica de poder y el *establishment*, estos elementos aparentemente irreales cumplen muchas veces una función reveladora y subversiva. En lo banal, lo obsceno y las fantasías muchas veces están presente aquello que de manera formal se pretende negar, menguar u ocultar, como el racismo, la exclusión, las preocupaciones íntimas que abruman a los hombres de hoy en relación al goce, su sexualidad y su ser, que de otro modo no podrían expresarse.

Estos materiales forman parte de la vida cotidiana. El escenario de la vida cotidiana es plural, ahí está lo imprevisto, lo normal y lo anómalo, lo ordinario y lo extraordinario formando una unidad. Habitados a la idea del orden desaprovechamos el papel positivo de las anomalías. Los fenómenos anómalos permiten visibilizar aquello que se oculta en la vida cotidiana normal.

Desde esta perspectiva, el desorden, la anomia, la perversión, la crisis, lo imprevisto, lo subterráneo, la vida paralela y bizarra tienen importancia sociológica. Refleja de un modo más fidedigno la realidad en tanto escapa de la preocupación por la buena conducta y la buena actuación en las interrelaciones de las que nos habla Goffman (1993).

El rescate de lo banal va acompañado por la revaloración del goce en las interacciones humanas. El estilo de vida de una colectividad, es decir, lo que somos, también podemos conocerlo mediante diversos elementos, uno de ellos es la forma como organizamos las

celebraciones, las festividades, los apareamientos. A decir de Žižek en el modo en que “una comunidad organiza su goce” (1999: 45). Es un asunto de reconocer el peso real del vivir, de la felicidad y el goce.

Desde la posmodernidad se comprende mejor esta sugerencia. En tanto revaloriza el cuerpo, el goce, el placer, la sexualidad, en resumen, el disfrute de los sentidos, desplaza a la lógica productiva, ascética, del trabajo, del progreso y los proyectos políticos trascendentales, propios de la modernidad.

Finalmente, la importancia potencial de este trabajo está en que para develar sus vericuetos, la sociología se ve obligada a ir al encuentro de otras disciplinas de las ciencias sociales.

Método

En este estudio, abandonamos el método habitual de fijarnos y buscar en los discursos formales los paisajes culturales macro para concentrarnos en los materiales y hechos considerados menos significativos, irrelevantes, triviales y, por ello mismo, menos expuestos a la “supervisión” de la cultura, para ver de qué manera se expresa el espíritu y el modo de ser de nuestra colectividad, en la actualidad.

A contracorriente de los usos en una investigación cualitativa, esta investigación se guía por un supuesto inicial: “Las fantasías presentes en los avisos clasificados de ofertas sexuales son síntomas tanto del advenimiento de los valores posmodernos, que valoran el goce y el cuerpo, como de persistencia de los fantasmas socioculturales (racismo, problemas de identidad, etc.) que acompañan nuestra colectividad”.

Como no escapa al entender del lector de este trabajo, por las características del objeto de estudio, el método apropiado es el cualitativo. La investigación cualitativa utiliza la palabra, el discurso, las imágenes, los gráficos, a los que muchas veces sólo denomina textos, para descifrar la complejidad del mundo social. Trabaja con la subjetividad, con los símbolos y las motivaciones, con aquella dimensión de la realidad que escapa de la consideración del positivismo y no pueden reducirse a números, con el riesgo de perder su fundamento.

La unidad de observación y análisis es el contenido de los avisos de servicios sexuales femeninos dirigidos a varones que se publican en los diarios de circulación nacional en la ciudad de Lima. El contenido comprende tanto las palabras como imágenes fotográficas que las acompañan.

Las unidades de explicación que nos ayudan a comprender y llegar a los resultados obtenidos son varias, entre las principales se encuentran los imaginarios, las fantasías, la posmodernidad, el goce, los deseos.

En cuanto al procedimiento de recolección de datos, para esta investigación se ha revisado aproximadamente dos mil anuncios de ofertas sexuales que se han publicado en los diarios de mayor circulación, y un tanto menor con los volantes que se reparten en las calles. El periodo de observación ha sido aproximadamente ocho años (del 2000 al 2007). Este largo periodo de observación nos ha permitido conocer los cambios y las permanencias que se han dado en los anuncios durante ese lapso, tanto en la presentación como en el contenido. Además, se ha trabajado con los primeros anuncios de ofertas sexuales de los años ochenta que aparecen sobre todo en *El Comercio*, para entender mejor el sentido de esos cambios.

Los diarios de circulación nacional que publican estos avisos de servicios sexuales, en distintas proporciones, son: *El Comercio* y los llamados periódicos “chicha”, *Trome*, *El Men*, *El Bocón*, *El Popular*, *El Chino*, *Ajá*, *Todo Sport*, *Correo*, *Ojo*. A partir de este universo y el tipo de avisos que cada uno publica se ha clasificado en dos grupos. Aquellos anuncios sexuales cuyos contenidos van dirigidos a un público urbano-popular y aquellos dirigidos a un público elitista. Esta división resulta útil para apreciar las distintas sensibilidades y gustos actuales en torno a la sexualidad y el goce que existe en la cultura de la ciudad en los distintos grupos sociales del país.

De todos los materiales utilizados se han analizado casi todos, hasta llegar a un punto de saturación, en sus formatos y contenidos. En tanto todos los anuncios contienen los mismos componentes (nombre, lugar de origen, edad, tipo de belleza y cuerpo, destrezas o virtudes amoratorias, y el texto de seducción, además de la fotografía, dirección y número telefónico) y similares discursos, se clasificó y analizó como unidad de análisis aquella información

altamente conveniente, con lo que se obtuvo la mayor ventaja para los fines perseguidos en la investigación. Se seleccionaron los avisos que contenían esos atributos de manera periódica. Como hemos señalado, el largo tiempo de observación fue útil para ver las variaciones y permanencias. Sobre todo las producidas en los últimos años.

Esto es lo que se llama muestra intencional, propia de las investigaciones cualitativas, en la que se prioriza más la profundidad que la extensión.

Los contenidos de estos anuncios que se publican en los diarios se repiten cotidianamente durante un ciclo largo, por eso cuando nos referimos a ellos no consignamos fechas precisas sino el año en que han sido publicados, salvo en los casos de un viraje notable.

Con relación al plan de análisis, el tratamiento de los textos se realizó mediante la interpretación y el análisis. En la interpretación se utiliza el procedimiento hermenéutico. Y en el análisis, el procedimiento de la teoría emergente, que consiste en hacer surgir desde un conjunto de datos brutos, nuevos conceptos a través del proceso de categorización, buscando sus propiedades y la concreción de esos datos en concepto a través del empleo progresivo de diversas teorías.

Para la interpretación de las imágenes fotográficas se recurrió a la tradición indiciaria, para luego utilizar las teorías de la estética.

En el curso de la interpretación de los avisos de relax, se utilizan novelas y propagandas que se transmiten en la televisión local como recurso para desarrollar las ideas, pero también como una forma de triangular la fuente de información y el análisis con relación al tema.

Con relación a la estructura de presentación de este trabajo, en el Capítulo I se trata de construir una ontología-epistemología para una sociología mundana, realizando en su primera parte una pequeña escaramuza con el estructuralismo y el positivismo que han dominado el pensamiento social hasta los años ochenta, para plantear un racionalismo sensible que sepa tomar la realidad social en su esplendor y vitalismo. Este nuevo modo no significa que sean opuestos a las ciencias. Somos conscientes de que la ciencia y la humanidad “esclarecen cada una desde su ángulo el hecho humano” (Morin, 2003). En la parte metodológica, precisamos la importancia de lo banal, los detalles y minucias en la

indagación y el proceso del conocimiento. A contraparte de una sociología abocada a mirar y estudiar sólo lo relacionado a las estructuras y lo significativo, aquí realizamos un elogio a los detalles, lo nimio y el relax, dado que en éstas, en el espacio de la vida cotidiana, se estructura lo social. Las experiencias de las personas no son sólo subjetivas e individuales, sino que contiene el orden estructural de una manera específica.

En la parte teórica de este capítulo se señalan algunas ideas bases sobre la imaginación, la fantasía, la anomia y la importancia de lo no útil, para saber en qué sentido se los utiliza en esta investigación.

En el Capítulo II se presenta un marco cultural y social en el cual aparecen estos avisos de ofertas de servicios sexuales en los diarios, con un breve itinerario de los mismos en los últimos 25 años. En el Capítulo III se realiza un breve itinerario de la prostitución en la ciudad de Lima para pasar a señalar los componentes de los avisos de servicios sexuales. En el Capítulo IV interpretamos los datos organizados en categorías, y finalmente se presentan las conclusiones.

PARTE I

ONTOLOGÍA, EPISTEMOLOGÍA, SUBJETIVIDAD Y PLACERES CORPORALES

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA PARA UNA SOCIOLOGÍA MUNDANA

El paradigma de totalidad y de dualidad antitética dominó las ciencias sociales en el Perú de manera hegemónica hasta principios de los años noventa. Un paradigma de totalidad y dualidad eurocéntrico⁸ que desconoce, que no toma en consideración, la heterogeneidad y la diversidad de la que está hecha nuestra formación social, en la que se articulan tiempos y espacios diferentes en una misma unidad.

Este paradigma, como forma de crear conocimiento, ha entrado en cuestión. En esta circunstancia, ¿qué asuntos preguntar a la realidad para entender su proceso dinámico y plural, sobre todo en la dimensión social y cultural? ¿Cómo interrogarlas y desde donde?

Quizá resulte provechoso hacerla desde aquellos aspectos de la vida social antes postergados por la visión moderna y prometeica, como, por ejemplo, el vitalismo y en ella la sexualidad; y en esa sexualidad aquella considerada la más frívola y banal: la periférica. Aquella que encierra el goce y la transgresión a la vez.

Esta batalla de las ciencias sociales, y en particular de la sociología, por crear otros fundamentos en las formas de crear conocimiento, más acorde a nuestra lógica del Sur, significa saldar cuentas con una parte de la tradición sociológica dominante, planteando una nueva ontología.

Con ese propósito, en la primera parte de este capítulo tratamos de curar los fantasmas que han orientado la sociología y las ciencias sociales local hasta aproximadamente principios de los noventa: el positivismo y el cientificismo. Se critica los fundamentos de esas corrientes, para después formular la necesidad de una nueva ciencia que dé mejor cuenta de nuestra realidad, capaz de armonizar aquellos considerados contrapuestos, no siéndolos, al que unos llaman razón sensible (Maffesoli), otros complejidad (Morin), la Ciencia Nueva,

⁸ El eurocentrismo es una concepción histórica según la cual el mundo europeo occidental es el centro y motor de la historia universal, y el resto sólo forma parte de esa historia mundial, en condición de periferia. Crea una falsa unanimidad y una falsa idea de un modelo civilizatorio único, universal. No se contempla ni respeta la dignidad de las particularidades. Hoy el término traspasa la noción geográfica europea para constituirse en una manera de pensar y ver las realidades humanas.

ciencia que toma en cuenta la humanística (Vico); la Nueva Alianza, entre el hombre, la ciencia y la naturaleza (Prigogine); la articulación de lo humano y lo no-humano en Latour, el concepto de acontecimiento en Badiou, por citar algunos autores preocupados por evidenciar que los opuestos forman una unidad complementaria que el dualismo separa.

En la segunda parte, se realiza un juicio al moralismo y a la lógica prometeica con que nace nuestra disciplina, y a partir de ahí tratamos de configurar una sociología mundana que rescate algunos dispositivos que la sociología de la totalidad y el dualismo relegó a un segundo plano: el vitalismo, la emoción, lo orgiástico, lo impuro, lo anómico, el goce, la fantasía, el imaginario. Finalmente, en la tercera parte, se adopta una metodología pertinente a esa perspectiva.

Cuando apostamos por una sociología mundana, no sólo queremos poner sobre la mesa los temas del mundo cotidiano, de la vida, como el goce y la alegría, sino también acercarnos a ella con un procedimiento menos profundo, más parsimonioso, asumidos empíricamente, distante de una filosofía normativa y los planteamientos sociológicos macro.

En este capítulo, se señala la importancia del mundo noológico en el estudio de lo social y, por otro lado, se desestructura una mirada sociológica que piensa que todo está preestablecido, ordenado, controlado. Que hay un gran ordenador, que sería el sistema capitalista, del que nadie puede escapar o escaparse. Y que todas las cosas que acontecen en lo social no es sino expresión de esa voluntad. De modo que el tipo de sexualidad que se estudia en este trabajo tiene o está dentro de esa lógica.

1.1.- EL PESO DEL ESTRUCTURALISMO EN LA SOCIOLOGÍA TRADICIONAL

1.1.1 El estructuralismo y sus fundamentos

En la versión estructuralista de los clásicos, la sociología (tanto en Durkheim, Weber y Marx, con sus correspondientes matices) tiene como objeto de estudio la sociedad, y no el individuo, la estructura y no la acción de los agentes, las formas y no los contenidos que acompañan sus acciones.

En esta perspectiva, son las instituciones, la estructura, la función, las que determinan tal o cual acción y marcan todos los otros aspectos de la existencia.

Por ejemplo, en las ciencias sociales de las décadas de 1960 y 1970, los acontecimientos sociales del país, generalmente se pretendieron explicar a partir de la estructura, de manera exclusiva. Había una tendencia a privilegiarla. Los fenómenos sociales eran la continuación y expresión de los fenómenos económicos. La sociedad toda era el efecto de un modo de producción predominante que lo explicaba todo. La exclusividad explicativa del nivel estructural era absoluta, y no se reconocía que si bien podía, quizá, contener lo esencial de la explicación por sí solo no era suficiente. Las otras dimensiones sociales como la cultura, las representaciones sociales, las mentalidades y todo el andamiaje que conforma la subjetividad –aspiraciones, deseos, fantasías, sueños, temores, angustias, etc. (el mundo de las emociones)–, es decir, todo el “ambiente de los acontecimientos” del que nos habla Pierre Vilar, y que es condición de realización de los sucesos, quedaba al margen (Ccopa, 1992).

Esto es lo que se llama determinismo estructural, es decir pretender captar la realidad mediante esquemas, y modelos generales, totalizadores. Privilegiando y “esenciando” la estructura en perjuicio de las otras instancias, como la cultura y la subjetividad de los actores sociales.

En la idea de estructura, y más aún en el estructuralismo, hay una idea de totalidad. El de totalidad orgánica, en que todas las cosas actúan como un cuerpo orgánico, como un sistema en el que cada uno se relaciona de acuerdo a la función que desempeñan sus elementos constitutivos. Así todo funciona de manera armoniosa. No hay lugar para las contingencias. Si uno de sus elementos falla, el resto no funciona. Falla el conjunto. Situación que no es verdad. En la vida empírica cuando lo formal falla se abre otro espacio paralelo, que dinamiza al conjunto. Ejemplo, la economía formal y la informal y delictiva son conductas y estructuras distintas, pero coexisten y se complementan en nuestra dinámica social (Durand, 2007).

Desde el mundo de la vida se puede cuestionar esa manera de ver la realidad, como también desde el concepto. Como sabemos, la posmodernidad niega la idea de totalidad, porque no

es necesario para el tipo de conocimiento que busca, verdades y conocimientos relativos (Eagleton, 1977). De este modo, podemos comprender que la existencia social, sobre todo la nuestra, es una articulación de tiempos y espacios diferentes, de múltiples diversidades, de heterogeneidades, que un paradigma de totalidad eurocéntrico no permite apreciar en todo su dinamismo, expresividad y complejidad.

En todo caso, la idea de totalidad admisible es la basada en relaciones de heterogeneidad, de diversidad, donde uno de sus elementos no es visto como dominante sobre otro, sino como coexistente. Morin y los principios del pensamiento complejo plantean algunas de estas propuestas, por ejemplo, el principio de unidualidad.

Bases del estructuralismo sociológico

El análisis sociológico tradicional se guía por la lógica descendente, que va de la sociedad al individuo. Trata de entender al sujeto a partir de la estructura social. Según ese razonamiento, son las instituciones sociales las encargadas de transmitir un programa único y coherente que va orientar las acciones, las preferencias y la conducta de los individuos, de modo que los sujetos se limitan a obedecer sus mandatos. Lo que supone una subjetivación subordinada a la situación objetiva, por tanto nada nuevo, distinto a ella, aparece.

Esta forma de entender lo social cambia alrededor de los años setenta, cuando la sociedad entra a una fase del proceso de modernización más complejo. La disociación entre proceso social y experiencia subjetiva se hace cada vez mayor. Entra en crisis el modelo de “personaje social”, es decir, el sujeto en tanto protagonista social. Es evidente que las decisiones ya no vienen desde fuera (estructura social, predestinación o poder oscuro que controla todo) como antes, sino desde uno mismo. Los sujetos toman decisiones autocausantes.

Las situaciones inéditas que aparecen “exigen un suplemento permanente de reflexividad de parte de los individuos para orientarse en la vida social. Es pues este conjunto de transformaciones estructurales lo que obligaría a la sociología a cambiar radicalmente su manera de pensar los fenómenos sociales” (Martuccelli, 2007: 20). La mirada se vuelve hacia lo personal. Surge una sociología relacionada a la subjetividad: la fenomenología, el

interaccionismo simbólico, la etnometodología, la hermenéutica, los estudios culturales, entre las principales. Lo que se trata es de señalar la cada vez creciente desfase entre lo social y la subjetividad libre del sujeto. Por consiguiente se debe tener una lectura de los hechos sociales no solo desde la dominación sino desde su carácter reflexivo.

Danilo Martuccelli –al analizar las razones de la crisis de la idea de sociedad y del individuo como personaje social antes dominante en las ciencias sociales, y la emergencia de una sociología del individuo– señala que éste se asienta en tres matrices: la socialización, la subjetivación, la individuación. Éstas también pueden ser leídas como los fundamentos de la sociología estructuralista o de totalidad (Martuccelli, 2007: 79).

a.- La socialización

La primera matriz con la cual los sociólogos han analizado a los individuos ha sido la socialización. Ésta es de doble movimiento: proceso mediante el cual la sociedad se dota de sus miembros y, a la vez, mediante el cual los individuos se convierten en miembros de la sociedad. Desde esta perspectiva, la sociedad provee a los individuos progresivamente de roles, pautas de comportamiento, lenguaje, formas de representarse la realidad. Una especie de fábrica cultural de individuos, donde ellos sin tensión alguna interiorizan valores y normas, incorpora hábitos, que da lugar a roles y a un tipo de personalidad, que permite el mantenimiento del orden social.

En la actuación de los individuos habría una evocación de esos valores interiorizados, de manera que funcionarían de acuerdo con lo que la sociedad espera de ellos. Así, era suficiente saber cuáles eran los valores de la sociedad para poder inferir el comportamiento de los individuos. Aspiran a lo que la sociedad les permite aspirar.

“Así el orden social reposa en el proceso de socialización gracias a una fuerte interiorización normativa”, nos dice Martuccelli.

Aquí la libertad del individuo no aparece. No toma en cuenta las subculturas y sus valores; sus normas, *habitus* y costumbres, que más de las veces se apartan de los valores centrales de la sociedad, como el de los jóvenes, los marginales y los *outsider*, cuyas actuaciones se guían por orientaciones diversas y muchas veces opuestas al modelo cultural dominante.

Tampoco el papel del mercado que hace estallar las expectativas personales subjetivas: deseamos cosas que materialmente no podemos tener. Eso en todos los terrenos.

En esta concepción hay un fuerte componente moralista, en donde tiene un asiento feliz el concepto de anomia. En la parte final de este capítulo rescataremos el lado positivo de este concepto, en tanto posibilita reestructurar lo social, en aquello que anda mal.

b.- La subjetivación

La subjetivación gira en torno a los mecanismos de control así como de emancipación de los actores. En términos negativos, no hay posibilidad de libertad. En todo caso el sujeto cree que es libre, pero en realidad esa creencia es una variación del proceso de sujeción del sujeto. El sujeto está sujetado, es decir, dominado, por más que crea que está emancipado o libre. Así, los actores no tendrían libre albedrío, ni podrían por sí solo trascender ni trascenderse a sí mismos. Esto tiene muchas implicancias.

Leído desde esta perspectiva de la subjetivación los avisos de ofertas sexuales que aparecen en los diarios no harían sino señalar que la subjetividad del sujeto se mueve dentro del marco de la dominación y la orientación de las industrias culturales. No hay nada nuevo que pueda brindarnos. Sería una propaganda más del poder que quiere imponernos gustos desde el exterior. Si hay una mayor libertad, es aparente. Una “astucia del poder” para continuar y expandir su control.

Sabemos por experiencia que en una época de destradicionalización creciente como el que vivimos en los asuntos del amor, la intimidad y la sexualidad, los individuos más que en cualquier otro asunto actúan sobre sí mismos. Por eso concuerdo con lo que señala el psicoanálisis: en las relaciones sexuales no hay sexo, porque no hay sexo previo al hecho mismo, no hay un “formato” que pautee el comportamiento sexual, sino que éste se construye en la acción misma.

c.- La individuación

Esta matriz tiene que ver con la pregunta sobre el tipo de individuo estructuralmente fabricado por la sociedad.

Desde la perspectiva del individuo social, es decir de la sociedad estructuralmente fabricante de individuos, el primer factor de individuación es el paso de la sociedad tradicional a la sociedad moderna. En otras palabras, una individualidad predeterminada por la nueva sociedad, por el mercado que necesita de hombres libres, mas no así por la reflexividad y el procesamiento interno de una nueva situación propicia para ello.

La tesis es que el individuo nace con la modernidad. Pero el nacimiento de la idea de individualidad nace antes. Por ejemplo, en la Edad Media, los amores de Romeo y Julieta, al margen de la decisión de la familia, o ahora último, el drama de amor pasional en la película *El ilusionista*, ambientada en la Viena de los novecientos, es ilustrativo al respecto. El tema es el siguiente: la duquesa Sophie debe casarse con el príncipe Leopoldo, heredero del imperio, obedeciendo a los intereses de la familia, pero ella opta por hacer caso a su corazón y decide escaparse con el ilusionista, su amor de infancia, de origen plebeyo, para vivir lo que la pasión de su corazón le dice, aunque para ello deba recurrir a la ilusión de su muerte, que en realidad es vida, vida al lado de la persona amada.

En los dramas de amor al que nos referimos, los individuos se constituyen en gestores de su propia historia.

Como vemos, la perspectiva de sociedad se centra en los factores sociales de individuación más que en la gestión singular. Es una individualidad asignada, no es una individualidad que se abastezca y se impulse a sí misma. Desde una nueva mirada, sin dejar de fijarse en los factores de individuación, interesan las experiencias personales de individuación. La tesis que señala Martuccelli es que en las sociedades contemporáneas, donde la tradición ha dejado de ser la guía de las acciones, ya no hay programas de homogeneización de conductas sólidos. Los sujetos se enfrentan a algo nuevo, a problemas inéditos, lo que los obliga a un uso permanente de la reflexividad.

Se trata entonces de dar cuenta de los problemas sociales a través de los individuos. Las experiencias individuales se constituyen en clave de la interpretación y del análisis sociológico.

Todo va perdiendo su construcción

En resumen, ante la crisis de la idea del peso fundamental de la estructura sobre los individuos, del sistema sobre los sujetos, emerge una perspectiva antológica distinta de lo social, donde la persona, así como sus ideas, sentimientos y motivos internos cobran una gran importancia. Hoy, la antigua idea de sociedad fuerte tiene problemas para dar cuenta de las nuevas formas sociales que va emergiendo, como consecuencia del capitalismo cognitivo, flexible, global y también comunicacional e informacional, que ha desplazado al capitalismo industrial, de producción material y manufacturero, de la primera modernidad.

El estructural-funcionalismo tiene su punto de partida en la correspondencia entre actores y sistema. Donde la sociedad ejerce un dominio y coerción sobre el individuo, y éste asimila los valores, normas y representaciones sociales de él gracias al proceso de socialización. Pero esta supuesta articulación monolítica y dominio de la sociedad sobre el individuo es cada vez más frágil; la sociedad es cada vez menos unitaria y sólida. Se ha fragilizado la concepción de sociedad fuerte, imponente tal como antes se entendía. Hoy la idea del sujeto, del individuo, cobra mayor importancia que antes. Volver la mirada hacia algunos clásicos de la sociología que en esta circunstancia cobran actualidad se hace necesario. Uno de ellos es Georg Simmel.

Simmel es uno de los primeros, si no el primero, de los clásicos de la sociología, entre Durkheim, Weber y Marx, en poner como clave en la precisión del objeto de la sociología al individuo y sus interacciones mutuas. Para ello modifica el concepto dominante de sociedad y del objeto de la sociología de ese entonces: que la sociedad se ofrece como la sustancia que engendra las existencias individuales, donde “El individuo solo era el lugar en que se anudaban hilos sociales y la personalidad no era más que la forma particular en que esto acontecía” (Simmel, 1977: 12). Y el objeto de estudio de la sociología era la sociedad. Él señala que el objeto de estudio no es la sociedad sino las fuerzas, relaciones y formas de interacción por medio de las cuales los hombres se socializan, y mediante ese proceso constituyen la “sociedad”. Es decir, individuos en acción recíproca que en el dar y el recibir, van dando existencia a la sociedad. Así, la sociedad no es sino producto del intercambio de interacciones, es decir de socialización.

No es a partir del concepto de sociedad en su acepción tradicional señalada ni a partir de los individuos en sí mismo como podemos entender y explicar los hechos sociales, sino a través de las formas de socialización. El individuo en sí mismo no podría constituir y dar existencia a la materia de socialización o contenido si no es en relación con otro y otros; cuando entre ellos se establecen formas de influjo mutuo. “Hoy creemos comprender los fenómenos históricos por la acción recíproca y conjunta de los individuos, por la suma y sublimación de incontables contribuciones individuales, por la encarnación de las energías sociales en entidades que están más allá del individuo y que se desarrolla por encima de él” (Simmel, 1977: 13-14).

Las interacciones recíprocas tienen como punto de partida al individuo y sus motivaciones o materia de socialización. Los individuos son los portadores de aquellos instintos, fines, ideales que los promueve o impulsa a estar-juntos con otros. Los individuos son los portadores concretos e inmediatos de toda realidad histórica. La iniciativa de la acción proviene de ellos.

Dentro de esa línea de pensamiento, es necesario resaltar dos de sus contribuciones centrales a la sociología actual. La importancia de los elementos y hechos del alma humana, y la importancia de los hechos aparentemente insignificantes en el proceso del conocimiento.

En relación con la primera idea señala: “No cabe duda que todos los acontecimientos e instintos sociales tienen lugar en el alma; que la socialización es un fenómeno psíquico y que su hecho fundamental, el hecho de que una pluralidad de elementos se convierta en una unidad, no tiene analogía en el mundo de lo corpóreo, ya que en este todo está fijo en la exterioridad insuperable del espacio” (Simmel, 1977: 31). Este párrafo formidable termina señalando que debe tomarse en cuenta en el acontecer externo, los sujetos de aquella exterioridad “lo único interesante para nosotros, son motivaciones, sentimientos, pensamientos, necesidades del alma”.

La idea de que los datos sociales son datos provenientes de los procesos de alma, fue también vista por otro grande de la sociología alemana, poco conocido todavía en nuestro medio, Leopoldo Von Wiese. “Confundiríamos la Sociología con un rechazable sociologismo si pretendiéramos ampliar el campo de las fuerzas sociales en detrimento de los poderes individuales. Por importante que sea para nosotros “lo social”, de ninguna

manera podemos reducir los procesos que tienen lugar en el alma de cada individuo a meras reacciones maniobradas desde el exterior: los hechos de la vida psíquica de los hombres seguirán siendo siempre, propiamente y en última instancia, lo decisivo. El sociólogo no debe dejar en manos exclusivas del psicólogo la consideración del **cómo** el alma y el espíritu asumen los flujos **del mundo entorno** ni del cómo la voluntad reelabora esas representaciones de las imágenes en el acto. Con razón nos enseñó C.G. Jung a buscar en las pulsiones inconscientes aquello que guía la acción ” (Von Wiese, 1993: 250).

El segundo tema, la importancia en la sociología de lo aparentemente insignificante será desarrollado en la parte del método pertinente a esta sociología mundana.

Norbert Elías es uno de los primeros sociólogos contemporáneos en cuestionar, desde los años treinta, la concepción estática, finitista y dual de sociedad. Por ello propone el concepto de entramado. Para él una figuración social es un entramado dinámico de interdependencias mutuas entre sociedad e individuo. Como señala Bauman, el cambio de la conjunción “y” o “versus” por el “de” que realiza Elías hace operar un gran cambio, de modo que se establece una concepción de acción recíproca, “la sociedad que da forma a la individualidad de sus miembros, y los individuos que dan forma a la sociedad con los propios actos de sus vidas poniendo en práctica estrategias posibles y viables dentro del tejido social de sus interdependencias” (Bauman, 2004: 36). De modo que no puede haber sociedad sin individuos lo mismo que individuos sin una sociedad dada (Elías, 1995).

Esta idea de entramados, de interrelación entre individuo y sociedad es primordial en la sociología de Elías, así como la no intencionalidad de los procesos que nadie lo ha querido o pueda decir que lo ha planificado, pero que ocurre más allá de la intención y la voluntad de los actores, que no es sino otra manera de señalar la autonomía relativa de los sujetos frente a las estructuras (Elías, 1995). Ya Marx había señalado esta característica de los acontecimientos sociales en la historia humana en *El 18 brumario de Luis Bonaparte*: las situaciones imprevisibles que crea las interacciones humanas emancipadas. Donde no solamente emergen cosas distintas a lo esperado, sino que incluso los planes más meticulosos y largamente elaborados tienden a salir mal.

En la actualidad cada vez son más notables los efectos aleatorios en las interacciones. Cada vez aparecen efectos no deseados, inclusive las acciones de los propios individuos genera efectos no buscados. Lo aleatorio en lo social y en los individuos es más frecuente que lo que se preveía. Los grandes sistemas explicativos de nuestra época como el positivismo, al parecer, entran a una crisis irreversible. Concebidos en un tiempo en que dominaba la homogeneización de la sociedad no se adecua a describir y explicar el proceso de heterogeneización que vivimos. Ni su fluir.

Frente a esa lógica de totalidad mecánica es preciso colocar al frente una lógica vitalista, dinámica, fluyente. Desde el *rational choice* el actor es un actor racional, calculador que busca a todo precio el más alto beneficio desde la acumulación, desde la inversión (Maffesoli, 2005). De alguna forma representa los valores culturales dominantes, pero en el mundo social no todo está previsto, ni “todo está fríamente calculado”. El que cree que es así no cuenta con la astucia del devenir social ni de las interacciones humanas. Se trata de ver cómo desde abajo y desde fuera de la esfera del control o del poder se construye y reelaboran las representaciones.

Hay un fenómeno que acompaña a este proceso. La metáfora de lo sólido y lo fluido resulta útil para ilustrarlo. En la sociología tradicional, lo social aparecía como un ente sólido, exterior al individuo, cumpliendo una función ordenadora y coercitiva. Hoy se revalora la fluidez sobre lo sólido, lo fluido prima sobre lo sólido. En términos de Bauman lo sólido es aquello estable, resistente a las modificaciones. En cuanto figura tiende a cancelar el tiempo. La fluidez grafica el cambio constante de forma que “no se fijan al espacio ni se atan al tiempo”, espacio que se llena sólo por un instante, sólo “por un momento”, por lo que los hechos, los acontecimientos sólo se pueden registrar como instantes (Bauman, 2004).

Lo fluido se desplaza con facilidad, desborda, salpica. No se puede detener fácilmente. La idea del fluir nos relaciona con la idea de cambio en forma constante. Es una metáfora adecuada, útil para caracterizar, aprehender la naturaleza del tipo de sociedad contemporánea que vivimos.

Esta idea de fluir, pero más que fluir, evanescencia, lo encontramos en Marx, en *El manifiesto comunista*, cuando se refiere a la característica central de la nueva sociedad que

adviene a la sociedad premoderna, en esa hermosa figura de *todo lo sólido se desvanece en el aire*, o más bien, *se deshace en aire*. Es que la transitoriedad, la vulnerabilidad de las redes sociales es constitutiva de toda época moderna, sea ésta sólida o líquida utilizando la metáfora baumaniana. La diferencia está en que hoy ya no hay punto de orientación estable, “grupos de referencia” preasignado, como por ejemplo en el marxismo ortodoxo *las clases*; ni la búsqueda de un orden que reemplace al orden ido, ni de hacedores o planificadores racionales del mundo fuera o sobre los seres humanos.

Simmel llama a este fluir, “más vida” en relación con lo cristalizado, corporizado, en el orden de la vida que es el “más que vida”. El aspecto más dinámico entre los dos es el *más vida*, es el que permite trascender los límites, las estructuras solidificadas (Simmel, 1950).

Para Simmel la vida es una unidad conformada por estos dos elementos que interactúan entre sí. Uno no es sin el otro. Todas las formas sociales y culturales están habitadas por la vida. Hay un juego dinámico entre forma y vida. El porvenir de la vida está más allá de la forma.

La sociología de la fluidez ve la articulación entre estructura-acción, entre conflicto-distensión. Permite avizorar aquello que escapa del poder, de los campos de fuerza, de las coacciones. Cómo se construyen las formas sociales al mismo tiempo que las trasciende.

Desde esta mirada es posible ver que los actores se automatizan cada vez más con las estructuras. Es que las coacciones no son inmediatas, sino mediatas; ya no permanentes sino transitorias, más elásticas.

En Simmel, la disociación original entre la vida y las formas van a ser vividas entre una tensión permanente, de armonía transitoria.

El rescate de Simmel como uno de los primeros sociólogos de la modernidad, que vio con claridad este proceso, tiene que ver con los tiempos que vivimos. Tiempos más dinámicos, globales, de Internet, de sociedad comunicacional y de servicios, que reemplazan a la sociedad y al capitalismo industrial. Lash, Bauman, Beck, Urry, Giddens son los que mejor cuenta dan de este proceso, al que encierran en el concepto de modernización reflexiva. Dinámica, fluida y de autodestrucción positiva, revitalizadora.

Ahora, el proceso de individualización es cada vez más notable y mayor. Todo se individualiza, la gestión de la vida personal, el progreso, entre otros. En la modernidad, la vida es una hechura donde cada quien tiene control sobre su propio presente. Al hombre y a la mujer moderna ese hacer les parece que es una tarea siempre incompleta, inacabada.

En la ontología de lo social, dominante en el país hasta fines de la década de 1980, se decía que éste determinaba al individuo, que los comportamientos de los individuos no eran sino reflejo de lo que era la sociedad o producto de su mandato. Los hechos empíricos demuestran que así no funciona la sociedad de estos tiempos.

Relación estructura, sujeto, subjetividad y la emergencia de lo inesperado

En la actualidad, Alain Badiou, desde la filosofía y el psicoanálisis, aporta bases teóricas importantes para comprender esa creciente disociación entre proceso social y experiencia subjetiva. Badiou señala que se puede tener una visión de la subjetivación que no dependa inmediatamente de la estructura social, de la dominación del capitalismo. Hay otras fuentes de subjetivación aparte de la estructura de la situación. Hay fuentes de subjetivación separadas del estado de las cosas y que dependen de invenciones particulares surgidas en el campo social y a partir de las cuales un trayecto subjetivo particular puede definirse. Para Elliot, Lacan y Klein, esa función lo cumple la fantasía, para Simmel la vida, para otros como Durand y Maffesoli, la imaginación y para Badiou el acontecimiento. En este punto, sobre el acontecimiento, vamos a detenernos por ser una perspectiva filosófica que reactualiza algunas categorías claves en las ciencias sociales y en particular en la sociología, tales como la multiplicidad del ser, la diferencia entre la presentación y la representación, la relación de inclusión y pertenencia, la función de la falta y el exceso, el papel del azar, del sujeto, las rupturas; que ayudan a ver de otro modo la relación estructura-sujeto.

Badiou en el tratamiento de las dicotomías, de las contradicciones, no elimina o suprime a una de las partes, sino que piensa ambas al mismo tiempo, la estructura y el sujeto, el aparato y la subjetividad, los mecanismos de repetición así como los eventos de ruptura. En su libro *El ser y el acontecimiento*, hay una teoría completa de la estructura de las situaciones construida matemáticamente a través de la teoría de los conjuntos y un teoría

del “estado de la situación” o cierre de la estructura. Es decir, hay una fidelidad estructuralista, que les debe a sus maestros como Levi Strauss, Althusser y Lacan. Pero, por otro lado, hay una teoría del sujeto. “Esta teoría del sujeto, que no se deduce de la teoría de las estructuras, plantea la idea de que todo sujeto es algo que surge. Surge en una estructura, atraviesa una estructura, pero no es un efecto de ella. Entonces para comprender el sujeto se debe pensar la estructura, pero también se debe pensar otra cosa –y más– que la estructura: una especie de suplemento que surge al azar y al cual yo le doy el nombre de acontecimiento. Entonces, de una manera muy abstracta, podemos definir a un sujeto como una fidelidad, en la situación, a un acontecimiento. El sujeto es, por lo tanto, una operación compleja que supone la estructura de la situación, pero que también supone una ruptura en esa estructura. Como si sólo hubiera sujeto donde hay un defecto de la estructura. Esta teoría del sujeto permite dar cuenta de fenómenos de creación y de novedad, y, en este sentido, todo sujeto es una novedad.” (Badiou, en www.grupoacontecimiento.com.ar **Acontecimiento Nro. 19-20 del 2000**).

No hay una relación directa entre la estructura de una situación y la emergencia del sujeto, entre acontecimiento y situación. Hay algo en una situación dada que no está presentado ni es presentable; algo que está presente pero no está representado. Es decir, no está simbolizado. Ese algo más que la estructura, que está al borde del vacío, a un borde entre la ausencia y el ser, es lo que Badiou llama acontecimiento. Es ahí donde aparece lo nuevo, lo distinto, lo a-normal, la excepción, lo que no es común, lo que sale de la continuidad de la estructura de una situación.

El acontecimiento pertenece a una situación pero no está dentro de la lógica de la situación. Es algo que está de más o más allá de la situación. Así el acontecimiento no es meramente un evento significativo sino además un suceso inesperado, no previsto o no puede ser previsto, ni puede ser calculado ni organizado porque siempre está relacionado con el azar y la sorpresa.

Desde la dialéctica del exceso y el vacío puede explicarse de este modo: el ser es un ser múltiple, que se simboliza con pretensión de totalidad, pero cuya simbolización nunca puede abarcar todo lo real sobre la situación. En la situación está todo pero algo más que

todo, es un exceso no integrado, que está pero que no aparece como integrante, lo que da origen, surgimiento a aquello inesperado (Badiou, 1988).⁹

El acontecimiento es un hecho o una suma de hechos que no son naturales ni neutrales; tiene una ubicación histórica, un sitio de acontecimiento. Está fuera de cualquier repetición.

Un acontecimiento abre un espacio subjetivo. Hay un estado de la situación, un estatuto de real. Pero también una dimensión subjetiva. La dimensión subjetiva toma su lugar en lo que Badiou llama fidelidad. Toma su lugar cuando los individuos comprometidos en un procedimiento de verdad extraen consecuencias del acontecimiento, potenciando las marcas de ruptura y novedad que el acontecimiento no podría sostener por sí mismo. Es el sujeto el que reconoce y nombra el acontecimiento. El humano-animal deviene en sujeto debido a la fidelidad, al acontecimiento.

Como hemos podido apreciar, en Simmel la emergencia de lo nuevo y distinto proviene de la relación dinámica, dialéctica de *más-vida* y *más-que-vida*, en cambio en Badiou proviene de la falta y el exceso, que se expresa en el acontecimiento. Desde ambas perspectivas, los hechos sociales no pueden ser vistos como simples reflejos de la organización social, ni de la dominación, sino que contienen elementos que los trascienden, que se les escapa, y dan lugar a la novedad. Sobre todo en aquellos considerados marginales, residuales o excrecencias, como los avisos de servicios sexuales o los avisos de los bazares del sexo que se volantean en las calles del centro de la ciudad.

Estos anuncios de servicios sexuales, de contenido lúbrico, testimonian el desfase. Su contenido posee elementos racistas, es verdad, pero por su forma de presentación erótica y frívola ofrecen las vías para su superación y transcendencia, sea por la fusión grata o la simple experiencia subjetiva. Sobre todo ahora que estamos frente a una modernidad sexual reflexiva o posmoderna, como quiera llamarse, distinta a la modernidad sexual del primer capitalismo, o del capitalismo clasista, de carácter controlista, unilineal. Más abierta, plural y general. Los gustos discurren hacia todos y en todas las direcciones, tomando en cuenta

⁹ Al respecto, se puede leer estas ideas, más precisamente en la Meditación siete, El punto de exceso, del libro *El ser y el acontecimiento* (1988).

como orientadores, sobre todo, los gustos y preferencias individuales. Así el sujeto es libre de elegir las formas, maneras de disfrutar, y con quién hacerlo.

1.2.- EPISTEMOLOGÍA DEL POSITIVISMO Y EL RACIONALISMO

1.2.1 El dualismo positivista en el conocimiento

Desde su origen, la sociología, influida por el triunfo de las ciencias naturales, pretende ser una ciencia émula de ellas; por lo mismo, al igual que el pensamiento científico, bajo influencia del paradigma cartesiano, intenta “expulsar de la realidad a las dos entidades más características de la realidad: el sujeto y los valores” (Anthropos; 5).

El paradigma cartesiano se sustenta en el principio dualista, disyuntivo, abstracto y reduccionista. El dualismo separa al sujeto del objeto, con una esfera propia para cada uno. Determina una doble visión del mundo, en realidad, un desdoblamiento del mismo mundo: por un lado, un mundo de objetos sometidos a manipulaciones, por el otro, un mundo de sujetos planteando problemas diversos desde la razón, pero ambos sin encuentros. Esta disyunción atraviesa el universo de un extremo al otro: sujeto/objeto, sociedad/individuo, mente/cuerpo, espíritu/materia, divino/mundano, calidad/cantidad, sentimiento/razón, libertad/determinismo, ciencia/filosofía, humano/no-humano, real/imaginario, entre otros dualismos, condicionando una forma de estar en el mundo, de interpretarlo y actuar.

En la historia de los países del Sur o Europa precolonial, la idea de que las cosas existen en su dualidad es común. Pero es una idea de dualidad que no separa sus componentes, sino que éstos forman parte activa por su pertenencia a la unidad. Es con la formulación de Descartes e impuesta por los desarrollos de la historia europea desde el siglo XVII, que se impone en el mundo occidental la idea de que los dos componentes de un mismo hecho son de naturaleza diferente. Es un dualismo que separa. De modo que la no-obediencia a esta disyunción sólo puede ser clandestina, marginada, desviada.

En esta sección señalaré cómo funciona este paradigma en la producción del conocimiento y en las maneras de estar en el mundo, para en la siguiente sección desarrollar la relación que el positivismo establece entre lo real y lo imaginario.

En el terreno de la producción del conocimiento, el dualismo cartesiano separa sujeto de objeto. El objeto existe con independencia del sujeto. Así el conocimiento es objetivo porque es un hecho externo al sujeto. Asimismo, hay una eliminación positiva del sujeto bajo el supuesto de que su subjetividad perturba el conocimiento de la realidad. Consiguientemente los sujetos podrían ser observados y explicados, como hechos objetivos liberados de todo juicio de valor. Lo que supone la existencia de una realidad universal y objetivamente válida, previa, independiente de los sujetos. Para conocerla, llegar a ella, basta entonces un buen método y un adecuado procedimiento de aprehensión. Lógicamente los propios de las ciencias naturales.

Desde la perspectiva del pensamiento complejo y de la física cuántica, esta separación no es posible. Entre objeto y sujeto existe una mutua implicación. En el terreno más empírico, el sociólogo observador, como cualquier individuo, es un ser singular en el todo social. Como elemento singular lleva en su seno la huella de todo aquello del que forma parte. Consiguientemente no puede apartarse de ese social, por sí mismo, para lograr la pretendida objetividad. Con relación al objeto, desde la teoría del conocimiento conocemos que cumple una función activa en tanto nos dice algo, referente a sí mismo. El proceso del conocimiento es un proceso dialogal en donde los elementos participantes cumplen, **en bucle**, la función activo-pasivo, de sujeto y objeto en el mismo momento, por lo que es posible fundar una noción objetiva del sujeto y considerar objetivamente el carácter subjetivo del conocimiento (Morin, 1998).

La llamada objetividad del conocimiento en la sociología tiene una lógica particular. No es acto exclusivo, producto de un espíritu, sino una regla de juego colectivo, en este caso de la colectividad académica, por lo mismo inclusivo "... lo que permite al conocimiento científico conseguir su objetividad y su racionalidad depende de un juego complejo, de rivalidades y comunidad al mismo tiempo, que tiene lugar en el medio científico" (Morin, 1995: 41). Ese juego de rivalidades no es verdaderamente progresivo, más que por el hecho de que todos los jugadores/científicos aceptan y reconocen una regla de juego fundamental que es la de la verificación y la de la refutación empírica y lógica. Morin en el texto citado dice que "la objetividad del conocimiento es, verdaderamente, el producto de este juego (...)

Paradójicamente, es la comunicación intersubjetiva la que garantiza la objetividad del conocimiento y esta comunidad subjetiva...” (1995: 41). Esta es una manera de resolver el gran problema de la objetividad en las ciencias sociales. Tema de discusión permanente en esta disciplina desde Weber hasta Maturana. Este último lo resuelve discutiendo el carácter de la realidad (Maturana; 1997).

“El método científico es cualquier método que respeta tres principios: el de objetividad, el de inteligibilidad y el dialéctico. Se es objetivo cuando, ante varias formas de observar el objeto, se opta por aquella que menos afecta a la observación. Se es inteligible cuando la representación es, en algún sentido, más compacta que lo representado. Y se es dialéctico cuando el conocimiento se arriesga a ser derribado por la experiencia. El conocimiento es científico cuando tiene voluntad de serlo, es decir, cuando logra la máxima objetividad, inteligibilidad y dialéctica...” (Wagensberg, 1999: 15-16) Desde esta lógica, no sólo la ciencia tiene método y produce conocimiento “verdadero”, sino todos aquellos que respetan esos tres elementos. Disciplinas consideradas no científicas, incluso el individuo más común.

1.2.2 Pasar de una imagen dual y geométrica del mundo a una visión sensible

La sociología como expresión cultural de la modernidad nace marcada por un racionalismo, un cognitivismo y un positivismo radical. Nace en un contexto racionalmente positivo, como sociología positiva. Asimilado ontológica, epistemológica y metódicamente a la ciencia de la naturaleza convencional, con todas las implicancias que esto supone en la aprehensión de la realidad: realidad sometida a leyes universales; leyes como si actuaran al margen de la voluntad de los sujetos; énfasis en reducir la naturaleza de las cosas a causas explicativas; propensión a establecer criterios de demarcación entre conocimiento científico y ordinario, y jerarquizarlos; imponiéndose el científico y su “método científico” con su proceso de verificación de hipótesis, en su versión más acabada: la del empirismo lógico (conjunción entre el programa del positivismo lógico, en tanto reductor del conocimiento científico a lo observacional, y la escuela lógica de las matemáticas que la redujo a su

lógica). Como heredera de ésta, su concepto de teoría será la del sistema axiomático deductivo (De la Garza, 2001: 112).

En el positivismo, el saber científico tiene valor supremo y su método es único y válido para dar cuenta de cualquier objeto. Por eso el acento está puesto en la construcción laboriosa, procedimental, objetiva, racional, de los hechos fácticos, más que en la captura de la realidad en toda su dinámica y riqueza expresiva, incluyendo sus anomalías, desórdenes y desvaríos.

El éxito de esta perspectiva positiva, relacionada con el espectacular avance de las ciencias naturales en el siglo XIX, sobre todo en la biología, la hizo atractiva para su reflexión y uso en las ciencias sociales, y en la sociología en particular. El primer Durkheim, el de *Las reglas del método sociológico* (1978), será tributario de esta exigencia metodológica positiva. El lenguaje de observación de esta sociología tendrá que referirse exclusivamente a la conducta manifiesta, no así a los aspectos y estados subjetivos del mundo social, al que consideran un obstáculo epistemológico. El Durkheim posterior, el de *Las formas elementales de la vida religiosa* (1982), por el contrario, dará relevancia a estos aspectos excluidos en la exigencia del positivismo.

No vamos a detenernos cómo el positivismo lógico (que sirvió de inspiración a las principales metodologías de las ciencias en el siglo XIX), debate sus propias dificultades en la tarea de proporcionar criterios unívocos de demarcación tanto interna como en relación con la metodología y las técnicas de investigación. Ni en las críticas más contemporáneas al positivismo lógico desde las distintas vertientes (posestructuralismo epistemológico, hermenéutico, constructivismo). De algún modo las pistas sustanciales para ello están en el debate sostenido por Theodor W. Adorno y Karl Popper, jefes-de-fila de la teoría crítica de la sociedad y del racionalismo crítico, respectivamente, sobre la lógica de las ciencias sociales (Adorno y otros, 1973).

El pretendido científicismo primigenio en la sociología le es impropio. No es posible realizar experimentos de laboratorio de las sociedades y los individuos; no puede

reproducirse de manera exacta una experiencia o extraer de ella leyes sociológicas que sea a la vez universal, precisa y exacta como en las ciencias físico-matemáticas, entre otras cosas. Los fundamentos básicos de la ciencia clásica (cientificidad, objetividad, certeza, racionalidad), que aún fascinan a cierto sector académico, han entrado en un serio cuestionamiento; en el mejor de los casos presentan signos de duda, de incertidumbre; lo que expresa su pérdida de hegemonía. La emergencia exitosa en el medio académico del país de los estudios culturales y los enfoques cualitativos es una de sus manifestaciones.¹⁰

El tipo de conocimiento sociológico que brinda esta perspectiva presenta un vacío, por lo que la descripción, la explicación y comprensión sociológica de la realidad será incompleta y parcial. Superarla implica, entre otras cosas, poner en cuestionamiento radical la idea de “proceso sin sujeto” del que habla Althusser. Recuperar al sujeto con sus elementos constitutivos; incorporar en el proceso del conocimiento al actor sintiente, quien a la vez que piensa, se emociona, sueña, y fantasea. En segundo lugar, superar la visión positiva del mundo, que apelando al realismo del programa científico moderno, presenta un mundo aparentemente uniforme, único y concreto.

1.2. 3 La ciencia y el demonio de la coherencia

La ciencia moderna es un modo de conocer basado en la racionalidad. Su reinado tuvo un largo tiempo. Pero ahora hay un acuerdo común en señalar que estamos ante una crisis de los fundamentos del conocimiento científico y más aún del pensamiento occidental. El cuestionamiento está dirigido especialmente a los criterios que rigen su “cientificidad” y los soportes de su racionalidad.

Prigogine afirma que “*Estamos llegando al final de la ciencia convencional*” (1994; 40), de aquella ciencia clásica, surgida con Galileo, caracterizada por ser determinista, lineal,

¹⁰ El par cuantitativo - cualitativo se asienta en una ontología distinta. Ontológicamente para lo cuantitativo la realidad es una realidad fáctica, un hecho social real; para lo cualitativo la realidad es simbólica. La realidad fáctica se puede medir, cuantificar y analizarlo estadísticamente. En cambio, la realidad simbólica no puede cuantificarse; solo capturar el sentido y los significados, mediante la interpretación de los signos. La emergencia del método cualitativo en la enseñanza de la sociología es consecuencia de la crítica al totalitarismo del positivismo y a los fundamentos cientificistas del método tradicional de investigación. En este trabajo, señalamos algunos elementos que nos permiten exorcizarnos de esa fascinación positivista.

homogénea, basada en la certeza. Pero no sólo estamos frente a una crisis de los fundamentos del conocimiento científico, sino también del filosófico. Estamos ante una crisis de los fundamentos mismos del pensamiento moderno occidental, que invita a asumir un nuevo modo de pensar, de mirar las cosas, de agenciar una nueva racionalidad que no identifica ya ciencia y certidumbre (Prigogine, 1997). Una nueva ciencia distinta al modo de pensar lógico-positivista.

Esto implica asumir dos cosas: primero, que el mundo está gobernado por el desorden, el azar y es resultado del no equilibrio; consiguientemente los científicos no pueden anunciar leyes y expresar relaciones en términos matemáticos, como se creía y se divulgaba en las ciencias sociales del país de los 70, incluso en términos de proyectos sociales y políticos venideros inevitablemente. Segundo, no hay determinismos. El determinismo señala que todo sucede como en una máquina. “Todos esos movimientos, en escenarios tan distintos y distantes, se describen con un mismo puñado de leyes. De ahí la grandeza de la Mecánica: infinitos casos y situaciones responden a dos o tres fórmulas breves, compactas y elegantes. Eso es reduccionismo (...)”. (Wagensberg, 1998). Para el determinismo, estamos sujetos a leyes, a la linealidad en los sucesos, excluyendo los elementos cooperativos, las contingencias, el azar, así como la creatividad, la imaginación, que son terrenos de la libertad. El determinismo coloca al hombre fuera de la naturaleza y la sociedad. Un observador situado fuera, cuando en realidad está dentro y estamos dentro.

La raíz del determinismo está en el enorme éxito de la física newtoniana. Antes de su hegemonía se creía en múltiples posibilidades.

Prigogine señala: “Para mí, en el fondo debemos encontrar una vía intermedia entre el determinismo –que es alienante, porque ¿cuál es entonces nuestro papel?– y la otra concepción enajenante que concibe el universo como gobernado absolutamente por el caos. La vía intermedia entre estos dos extremos, ambas igualmente alienantes, es la correcta” (Prigogine, 1997: 12). O en términos más nuestros, una nueva racionalidad que incorpore probabilidades e incertidumbres, el caos, el desorden y el desequilibrio. Una ciencia racional sistemática, que incorpore el ingenio, la imaginación, lo sensible.

El trabajo pionero de Feyerabend (1992), los trabajos de Balandier, Morin, Maffesoli y del mismo Gadamer se inscriben dentro de esta preocupación. Gadamer, con armas filosóficas, tiene la preocupación por construir un puente entre arte y filosofía; quiere demostrar que

también el arte es conocimiento, y que éste es tanto más evidente en un arte no referencial como el arte moderno (Gadamer, 1996).

En términos filosóficos implica superar el desgarramiento, el desdoblamiento tradicional del pensamiento occidental en dos culturas: la cultura científica y la cultura humanística, creando una visión más unificada del mundo. Desdoblamiento, cuyas matrices se encuentra en los pueblos europeos y occidentales, no así en los indoamericanos, y su lógica del Sur, como lo llama Maffesoli; como tampoco en Japón, China o la India, en la que no existió esa falsa dicotomía.

En las culturas como la indoamericana y la china hubo un gran desarrollo científico pero no del tipo racional occidental. Una ciencia más descriptiva, narrativa, menos abstracta. En su lado positivo, la ciencia occidental con su tipo de racionalidad crea desarrollo, pero desde su vertiente negativa, a la vez, genera grandes estragos en la naturaleza y la humanidad. Progresa, alejándose de la naturaleza y los hombres. La ciencia se aleja de la humanística, formándose así dos culturas. Los resultados trágicos los conocemos humanos y naturaleza. Hay que reconciliar las dicotomías entre las dos culturas para evitar futuros estragos y consecuencias en la realidad. Prigogine asume esta tarea de acercar las dos culturas desde su posición de hombre de ciencia, de hombre de la cultura científica: “En cierto sentido, fue mi interés por la cultura humanística el que me hizo sentir insatisfacción con la idea de científica, pero esta insatisfacción lo han sentido muchos por ejemplo Bergson, Whitehead, Heidegger”¹¹

Los intentos de acercar las dos culturas son varias. Desde la ciencia hacia la humanística se encuentra Ilya Prigogine. Desde las ciencias sociales hacia las ciencias naturales está Edgar Morin, quien nos aproxima trascendiendo su formación sociológica. Ambos tienen un presupuesto común sobre esta división entre las dos culturas. Ambos consideran que esta es una división cultural. “La frontera que separa a homo de los demás vivientes no es natural; es una frontera cultural que no anula la vida, sino que la transforma y permite nuevos desarrollos” (Morin, 1998: 29).

¹¹ Christiane Raczynski, entrevista a Prigogine, *La Nación*, Santiago de Chile, 1998. <http://lanacionline.com.ar>)

Ambos tienen en común un punto de partida: la importancia que le atribuyen al sentido común en el conocimiento académico. Cuando a Prigogine se le pregunta en la entrevista arriba citada sobre el éxito de la atracción que ejercen sus descubrimientos y teoría entre la gente común y corriente, señala que es porque “*vuelvo al sentido común*”. Similar idea expresa Morin cuando se refiere a su instrumental metodológico que es el pensamiento complejo. La realidad desde el sentido común en sí misma es compleja, no es simplificada, reducida. La experiencia cotidiana, en una sociedad cuya tradición científica ha estado muy alejada de ella, resulta útil. Por eso, las ciencias sociales, pero sobre todo la sociología, ahora incorpora este elemento al análisis de la realidad social e histórica. Las interacciones, las tramas de los acontecimientos grandes y pequeños se dan en ella, así como el pensamiento, los sentidos, las emociones, las fantasías interactúan de manera natural. No es el terreno del artificio y la rigidez como lo es el del pensamiento racional. De cierto modo, está en el ámbito del vitalismo.

1.2. 4 Múltiples racionalidades y vías de conocimiento

El positivismo se caracteriza por la fe absoluta en la razón, en la ciencia, en “el intelecto sin guía de otro”. En la creencia de que hay verdades esenciales y que mediante una razón inteligente y un método científico adecuadamente formulado y aplicado se irán descubriéndolas de manera progresiva.

El positivismo privilegia los hechos reales como los únicos valederos, a todo aquello que nos es proporcionado por nuestras impresiones sensoriales puras, como los únicos con capacidad de ser interpretados y de llevarnos al conocimiento del mundo y de la verdad. La razón cree explicar y dominar todo; en el fondo no es sino el idealismo absoluto. Dentro de esta postura, el mundo noológico, como la imaginación, la fantasía, el sentido común, elemento básico que guía el comportamiento, las experiencias, los deseos y las otras dimensiones del espíritu son excluidas, consideradas fuente del error y la falsedad, absolutamente especulativas; no sujetas a comprobación experimental.

Pero la versatilidad de la realidad no se puede encasillar en los parámetros de estas pretensiones. Es necesario revalorar las dimensiones no-materiales de la realidad social. Entender que la facultad no-cognitiva, que las representaciones sociales, el sistema de

creencias, la sensibilidad, los afectos, el sentido común, las imágenes atractivas, entre otros, las “nebulosas mentales, ecos deformados” de doctrinas y otras dimensiones de la subjetividad y la cultura, desempeñan muchas veces un papel sustancial en los acontecimientos sociales. Para ello es necesario reorientar la razón, crear una razón más sensible. No excluyente.

La racionalidad es uno de los soportes del saber científico. Pero no hay una sola racionalidad, sino múltiples racionalidades, diversos sentidos en las diversas latitudes del mundo. El asunto es que la racionalidad instrumental occidental invadió la práctica social y científica de las otras racionalidades, para imponer la suya como la única valedera. No hay una sola manera de conocer el mundo (la ciencia) ni un solo medio (los conceptos) como nos dice la doctrina de la ilustración; hay varias como escribe Cioran¹². Este espléndido filósofo aforista nos recuerda las distintas vías de acceso al conocimiento, así como la fragilidad de las verdades que creemos absolutas. La verdad no surge sólo de la razón sino también de la intuición, del inconsciente, de las emociones, del mundo de los afectos y las pasiones, de los sentidos. Del valor de los símbolos y las metáforas en la transmisión de los significados. Dentro de este mismo sentido veamos lo que dice un biólogo como Maturana, en otro lenguaje y uso de conceptos. “Todos los diferentes dominios cognitivos que vivimos los seres humanos se intersectan en nuestra corporalidad como el dominio operacional a través del cual todo surge. Debido a esto, las relaciones pueden ocurrir a

¹² “Nuestras verdades no valen más que las de nuestros antepasados. Tras haber sustituido sus mitos y sus símbolos por conceptos, nos creemos más “avanzados”; pero esos mitos y esos símbolos no expresan menos que nuestros conceptos. El Árbol de la Vida, la Serpiente, Eva y el Paraíso significan tanto como: Vida, Conocimiento, Tentación, Inconciente. (...) Todas las vías, todos los procedimientos de conocer son válidos: razonamiento, intuición, repugnancia, entusiasmo, gemido. Una visión del mundo articulada en conceptos no es más legítima que otra surgida de las lágrimas: argumentos y suspiros son modalidades igualmente concluyentes e igualmente nulas. Construyo una *forma* de universo: creo en ella, y es el universo, el cual se desploma empero bajo el asalto de otra certeza o de otra duda. El último de los iletrados y Aristóteles son igualmente irrefutables y frágiles. Las creaciones del espíritu –y los principios que las presiden– se resignan al destino de nuestros humores, de nuestra edad, de nuestras fiebres y de nuestras decepciones. Ponemos en tela de juicio todo lo que antaño amamos, y tenemos siempre razón y siempre estamos equivocados; pues todo es válido y todo carece de importancia. Sonríe: nace un mundo; me entristezco: desaparece, y ya se perfila otro. No hay opinión, sistema, creencia que no sea justo y al mismo tiempo absurdo, según nos adhiramos o nos separemos de ella.

No se encuentra más rigor en la filosofía que en la poesía, ni en el espíritu que en el corazón; el rigor no existe más que en la medida que uno se identifica con la cosa que se aborda o se sufre; desde el exterior, todo es arbitrario: razones y sentimientos. Lo que llaman verdad es un error insuficientemente vivido, aún no vaciado, pero que no podrá dejar de envejecer pronto, un error nuevo, y que espera comprometer su novedad. El saber

través de nuestras corporalidades entre operaciones que, vistas de otra manera, pertenecen a dominios cognitivos no intersectantes” (1997: 79). Que cada dominio cognitivo es un dominio de la coordinación de acciones en la praxis del vivir de una comunidad, y que la verdad de ellos está en la aceptación de ella.

Ahora más que nunca hay conciencia sobre los límites, insuficiencias y parcialidades que ha dominado, desde el Renacimiento, al conocimiento científico y su método. Los materiales, los instrumentos conceptuales clásicos de la ciencia –objetividad, verificación– lógica, formal, determinista, resultan ahora inadecuados para simbolizar y comprender la realidad nueva que va emergiendo, tanto en el mundo de la física, la biología –ciencia de la vida– y en las ciencias sociales, como la sociología. Necesitamos conceptos más integradores, interrelacionadores que rompan la dicotomía de las dos culturas en que se ha desarrollado el conocimiento hasta la fecha. Necesitamos elaborar una nueva base epistemológica.

1.3.- PASOS PARA UNA SOCIOLOGÍA MUNDANA

1.3.1 La revuelta temprana contra el racionalismo y el método científico

Por su propia dinámica, la modernidad generó corrientes críticas contra la ilustración y el proceso de racionalización. Una de las primeras en responder por oposición fue el romanticismo.

Johann Herder (1744-1803) y Johann Hamann (1730-1788) –este último, señalado por Isaiah Berlin como el mago del norte– son los líderes en la revuelta romántica contra el clasicismo, el racionalismo y la fe en la omnipotencia del método científico. Son uno de los primeros en reconocer el valor de los sentimientos, sentidos y la experiencia. El valor de lo impalpable y lo imponderable que los conceptos de ciencia natural ignoran o niegan. Son escritores opuestos a la ilustración y el pensamiento metódico. Protestan contra la cultura racionalista, en la que ven un empobrecimiento de la vida interior y los sentidos. Afirman que la filosofía sistemática es vacía.

florece y se seca a la par que nuestros sentimientos. Y si recorremos todas las verdades, es porque nos hemos agotado juntos, y ya no hay más savia en nosotros que en ella” (Cioran, 1997: 225-228).

Para Hamann, el sentimiento es el fundamento del alma. No se puede separar la sensación de la razón. En la pasión se expresa el genio creador del hombre. El genio va más allá del camino racionalista. Va más allá de la ciencia racionalista. Extrae fuerza de su facultad creadora. La consigna es más o menos: no a la formalidad, sí a la creación. Rebelión contra las reglas que el racionalismo ilustrado había impuesto en todos los ámbitos de la cultura, con el nombre de método.

Herder sobre todo expresa “la reacción contra la reorganización del conocimiento y la sociedad por medio de la aplicación de principios racionalistas y científicos” (Berlin, 1965) La obra *Fausto* (1947) de Goethe es otro ejemplo paradigmático de esta corriente de crítica al racionalismo. Es ilustrativo el diálogo al inicio de la Primera Parte:

“Filosofía, ¡ay, Dios!, Jurisprudencia,
Medicina además, y Teología
Por desgracia también, lo estudié todo
Todo lo escudriñé con ansia viva,
Y hoy, ¡pobre loco!, tras afanes tantos,
¿Qué es lo que sé? Lo mismo que sabía
Doctor me llamo, dígame maestro...”

Después de señalar sus pergaminos de doctor, y que nadie su ciencia iguala, se lamenta que haya huido todo el encanto de su existencia y que su razón no es suficiente para comprender mucho aspectos de la vida, por lo que decide volver al mundo de la vida.

1.3. 2 Descartes y Vico: entre la razón y la imaginación

En los albores de la Edad Moderna, casi contemporáneas, encontramos dos posturas, llamémosla científicas, que se oponen a la metafísica tradicional dominante y proponen la constitución de una “nueva ciencia”. René Descartes (1596-1650), desde la ciencia experimental y físico-matemática de la naturaleza, y Giambattista Vico (1668-1744), desde la humanística. Ambos proponen, desde sus respectivas perspectivas, un nuevo instrumento para el saber que garantice el éxito del pensamiento.

Giambattista Vico, profesor de retórica de la Universidad de Nápoles, llamada “*la lechuza de Minerva de la tradición humanista*”, es uno de los primeros críticos del racionalismo y

del pensamiento matemático emergente. Su obra, más conocida como *Ciencia Nueva* (1987), es el primer intento por salvar a las disciplinas humanas de la amenaza científicista que se cernía sobre ellas a principios del siglo XVIII. Intuía que la formación humanista empezaría a verse desplazada por el auge del método cartesiano; que la habilidad del razonamiento exacto apocaría las facultades argumentativas que se asientan en la imaginación, en la creatividad, y el sentido común o *sensus communis*.

El sentido común es un juicio sin reflexión, sentido universalmente. Un tipo de saber que nace del ejercicio de la imaginación, útil para tomar decisiones en el mundo de la vida. Si bien la imaginación precede y prepara a la racionalidad, no debe entenderse como una racionalidad inferior o en proceso y que el conocimiento que brinda se considere como falso o ilegítimo.

Las de Vico y Descartes son dos posturas modernas pero a la vez distintas de entender el conocimiento, opuestas a la escolástica medieval del siglo XVI. Una basada en la demostración, y la otra en lo verosímil.

La premisa cartesiana es: todo aquello que no es claro y distinto, sobre el que hay duda, debe ser tomado por falso. Pone en cuestión todo criterio de verdad que no siga las exigencias de un razonamiento apoyado en algo que no sea evidente, probable y carente de demostración (Descartes, 1968). Por el contrario, Vico señala que no hay que desechar por falso aquello que es posible. En la posibilidad se esconde un camino de acceso a la verdad dado que activa la intervención de todas las facultades del alma en la búsqueda de la verdad, no sólo de la razón como en Descartes quien considera a las demás facultades como la memoria, fantasía, imaginación, “trampas” en el camino hacia el conocimiento. Esta idea de Vico es tomada posteriormente como método de conocimiento por Pierce, Conan Doyle, Freud, entre otros, con el nombre de abducción (Eco, 1989).

En Descartes hay una lógica de conocimiento que no alienta la creatividad. Para él sólo el buen uso del entendimiento es suficiente y basta para alcanzar la verdad. En Vico, la imaginación es la facultad que permite considerar algo como posible. Por consiguiente, esta facultad debe cultivarse para trascender lo dado.

El pensamiento científico tradicional señala que los planteamientos pueden ser de naturaleza científica sólo si se deriva de premisas universalmente válidas y necesarias. Descartes también deduce de una verdad primera, de una primera certeza, todas las conclusiones. El proceso del conocer se reduce al proceso racional de deducción, de derivación. A este concepto tradicional de inducción, Vico opone la inducción de la semejanza. Si la inducción tradicional reduce lo diverso, lo múltiple a un factor común, o a lo que permanece constantemente igual en la multiplicidad (vía inadecuada para el conocimiento), la inducción de la semejanza, permite hacer emerger lo nuevo desde lo diverso.

El enfoque logicista como expresión de un sistema puramente axiomático, presente en el pensamiento cartesiano, proporciona un concepto del conocimiento puramente formal. Encontrar o darse con lo nuevo por efecto del azar, la casualidad o la creatividad no forma parte de esa lógica. El método de Descartes es una apuesta por la claridad y la certeza del conocimiento de modo radical.

Para Vico ese proceso de pensamiento racional sofoca el sentido común. Elimina los particulares porque estos no derivan de premisas universales. No hay lugar para la fantasía o la imaginación, porque éstos no tienen carácter racional. Lo cual tiene implicancias nocivas para una correcta argumentación: pérdida de prudencia, encanto y emoción. Y obstaculiza la comprensión de la historia, que está poblada de contingencias, de complejidades y arbitrariedades.

La teoría de la ciencia tiene componentes antimetafísicos y antihumanistas. En el estructuralismo es más notorio este asunto. Para el estructuralismo la ciencia humana sólo es posible si examina al hombre como parte de una totalidad, de una estructura a partir del cual se realiza. Lo primero es la estructura del que se deriva las acciones y concepciones humanas. Aquí las formulaciones, acciones individuales, deben entenderse como variaciones o desviaciones de los imperativos estructurales. Es evidente la renuncia al sujeto, su subjetividad y su libertad.

1.3.3 Sentido común e imaginación en Vico

A diferencia de la tradición racionalista, en la que el sentido común es considerado en sentido negativo, “popular”, “vulgar” pedestre, no cultivado, Vico valora el sentido común, por ser útil y necesario en la vida cotidiana.

La base del mundo humano, que orienta al sentido común es el ingenio, que es de carácter inventivo, no-racional, ni deductivo. El ingenio tiene la función de establecer relaciones entre elementos aparentemente fragmentarios e inconexos, y de derivar resultados. Crea similitudes, ordena, integra cosas dispares dándole forma para encontrarle sentido, lo que posibilita descubrir cosas nuevas. La facultad del ingenio es un requisito para el pensamiento metafórico que se basa en la facultad de ver semejanzas. Aquí es donde aparece la imaginación. La imaginación confiere significación a las percepciones sensoriales, posibilitando ver lo no visible.

En *Ciencia Nueva*, Vico señala que el ingenio y la imaginación son facultades que han estado presentes sobre todo en la etapa poética de la humanidad. En ese entonces, el lenguaje era el lenguaje de la imaginación, que recogía información empírica mediante los sentidos sensoriales del hombre, combinándolo con el propósito de deslumbrar o apasionar. En cambio, el racionalismo moderno trata de conocer la realidad mediante la definición de conceptos.

“La imaginación es el ‘ojo del ingenio’ debido a su función de crear metáforas originales a través de la transferencia de significados” (Grassi, 1987: 170). El concepto fantástico o imaginativo “comprende y circunscribe en sí (correspondiendo al término griego *oros*) una multiplicidad a través de una imagen, de tal forma que expresa la esencia en términos de universales” (Grassi, 1987: 171).

Vico propone una lógica de la imaginación distinta a la lógica racional, cuyo mecanismo es la abstracción. Crea retratos ideales, hechos por medio de símbolos, figuras o fábulas. A lo abstracto y racional opone la función de sentir con los sentidos y presentarlo mediante la imaginación. Por ello la utilización del **habla fantástico**, y la metáfora que es la forma original de elevar lo particular a lo universal mediante la representación.

En la lógica de la imaginación, el ejemplo actúa como una primera forma de coordinación de ideas. A diferencia de la inducción racional que necesita varias cosas parecidas, el ejemplo requiere tan sólo un símil, una cosa parecida para convencer.

“El proceso racional de establecer relaciones consiste en combinar o poner en contacto cosas que se relacionan o separan los que no se relacionan. La explicación y la prueba son aquí resultados de un proceso de derivación de relaciones sobre la base de premisas dadas” (Grassi, 1987: 172-173). En la lógica racional, lo universal se obtiene por un proceso de abstracción. Los contactos, las relaciones, las articulaciones es el resultado de un proceso de derivación.

“En la lógica de la imaginación, por otro lado, el acto de poner en relación (*legein*) ‘cosas distintas **entre** sí’ es el resultado de un contacto inmediato y original, un contacto que, debido a su inmediatez, puede aparecer sólo en forma de una visión momentánea, o en otras palabras, de una imaginación. En consecuencia, los universales fantásticos son también resultado de una invención y, en contraste con los universales racionales, adquieren un efecto emotivo en virtud de su carácter pictórico” (Grassi, 1987: 173).

El pensamiento racional se expresa a través del lenguaje racional, conceptual. El pensamiento imaginativo mediante el metafórico y analógico, que es agudo, ingenioso, exento de cálculo. Desde la lógica racional se pretende colonizar ese lenguaje metafórico con el lenguaje formalizado del cálculo, erradicando la imagen, del lenguaje científico. Por su abstracción racional y su no transferencia por permanecer en el original de las cosas, el proceso deductivo lógico se vuelve rígido y no puede ser inventivo, ingenioso.

Tanto el pensamiento racional como el modo de pensamiento metafórico se asientan en relacionar (*elgein*) y abstraer. La diferencia está en que el pensamiento racional realiza esa operación con el fin de definir las manifestaciones sensoriales y obtener principios universales, fundamentar o explicar las definiciones correspondientes; mientras que el metafórico realiza una visión ingeniosa entre las manifestaciones sensoriales. El restablecimiento de relaciones se lleva a cabo con el propósito de satisfacer necesidades y contribuir a la realización del hombre en su cotidianidad.

Dentro de la lógica imaginativa, la imaginación, la fantasía tiene un lugar prioritario. La metáfora compromete a la imaginación e indirectamente fomenta el razonamiento y obliga

al lector u oyente a buscar por medio de analogía el significado de lo que se está diciendo; a diferencia del lenguaje conceptual de la ciencia que es exacta, precisa, castiza, abstracta. Según Vico, este lenguaje metafórico se desarrolla más en una de las tres edades del desarrollo de la humanidad, en la etapa poética. Mientras que el concepto se desarrolla más en la etapa racional.

En esa primera etapa los hombres estaban capacitados para apartarse del flujo perceptual de sus sentidos y configurar elementos que tuvieran cierto carácter fantástico (Verene, 1987) A través de la fantasía y la imaginación los hombres descubren que las cosas tienen significados más allá de lo dado.

Vico se opone a la metafísica tradicional-medieval al igual que Descartes (al mismo tiempo que se opone al racionalismo cartesiano). Lo común es que ambos trabajarán en la constitución de una “ciencia nueva”, aunque desde distintas vías, como hemos señalado. Vico planteando un nuevo método de pensamiento científico que no deja atrás la tradición humanística, como sí lo hace el cartesiano.

La oposición entre la lógica de la imaginación y la lógica racional o entre el lenguaje metafórico y el lenguaje conceptual, tiene sus implicancias en el vivir: o bien la delicia de lo sentido vivamente, o bien la abstracción fría de las cosas.

Esta digresión sobre la disputa entre Vico y Descartes facilita comprender esta batalla continua entre la razón y lo sensible, entre la abstracción y la creación, que se ha dado en la historia del pensamiento occidental. Una de cuyas expresiones últimas está dándose en torno a lo imaginario y la fantasía.

1.3.4 Reivindicando el imaginario y la fantasía

Gilbert Durand en la introducción a su libro *La imaginación simbólica* (1971) señala que la conciencia tiene dos maneras de representarse el mundo. Una manera directa y otra indirecta. En la manera directa las cosas mismas aparecen en la mente, a través de los sentidos y los mecanismos de la percepción o la simple sensación. En la manera indirecta las cosas no se presentan objetivamente a nuestros sentidos, sino que lo ausente se presenta a través de imágenes, como por ejemplos en los sueños, las fantasías o los recuerdos.

Para el pensamiento occidental moderno, sometido totalmente al orden de lo real, sólo la primera forma de representarse el mundo tiene validez para el conocimiento. Esta *episteme* de base positivista que se sustenta en la confianza excesiva en la realidad objetiva, aspira a lo absoluto, a la certeza, a la unicidad, por tanto desacredita o desplaza a un segundo plano las construcciones de la imaginación, precisamente porque ésta no aspira a la objetividad y la exactitud, sino sólo se dedica a concatenar, relacionar, articular sin ninguna pretensión de certeza o de aprehensión total, por eso mismo polisémica, polifónica y lúdica.

Es que el imaginario no es imagen **de... sino** creación constante e indeterminada de imágenes, figuras, sin arreglo a la realidad material. Es libre, no rinde cuenta a ningún tipo de racionalidad. Lo que llamamos realidad es obra de este proceso, “la sociedad real sólo es real, mientras está tejida de imágenes que lo hacen vivir. Pero las imágenes no existen más que por los imaginarios [...], las imágenes, cualquiera que sea deben su significado particular, e incluso sus existencia, a los imaginarios que en cierta forma las modelan” (Pintos, 1995: 116).

Esta idea es fundamental para entender que las imágenes fotográficas que se emplean en las publicidades o las imágenes generadas mediante los discursos, como en el caso de los avisos de servicios sexuales, nos revelan los imaginarios que utilizan sus autores, referidos al sexo, los cuerpos, la belleza, la juventud, el goce, etc. Sin los imaginarios, las imágenes no podrían existir o tener el significado asignado. Los imaginarios son una especie de arquetipo o esquemas de representaciones que estructuran en cada momento y circunstancia la experiencia social, crea imágenes de ella, al mismo tiempo que generan comportamientos.

Es con Durand que lo imaginario deja de ser sólo ficciones, para constituirse en conjunto de imágenes mentales y visuales mediante las cuales el individuo, la sociedad y en general el ser humano, organiza y expresa simbólicamente su relación con el entorno.

Hay un elemento importante en lo imaginario que es necesario precisar y que es una fuente de su riqueza; la función que cumple lo simbólico en él. Para Castoriadis lo imaginario se expresa o exterioriza a través de lo simbólico, que extralimita la epistemología de la

representación que caracteriza el modelo de pensamiento científico-filosófico occidental. El lenguaje del imaginario es lenguaje simbólico. En el imaginario hay una tensión entre sus dos componentes: el de la literalidad y el de la alegoría simbólica. La literalidad quiere reducir el símbolo a signos arbitrarios, y por otro lado éste quiere conservar su parte natural, que es precisamente la de la imagen. El imaginario prefiere el lenguaje simbólico, que es rico y vivo; impregnado de emoción y afecto; distinto al lenguaje literal que es formal, vacío y muerto; lenguaje preferido por los científicos, los racionalistas e empiristas.

Si la importancia de lo imaginario está en ser el conjunto de imágenes que dan vida a una sociedad o a un individuo, la importancia de lo simbólico radicaría en su capacidad de trascender lo dado para remitirnos al orden de lo inmaterial, de lo irrepresentable. Lo imaginario trasciende lo real y hasta lo cambia. Para algunos autores como Bachelard lo imaginario tiene una dimensión creadora. Crea, anima, subleva.

El imaginario tiene una función innegable en el pensar y actuar de las personas y la sociedad. Hay una relación entre los imaginarios y la acción social. Pero hay otro elemento que no quisiéramos dejar de señalar en esta breve explicación del imaginario, que es la estética emocional que contiene, pero sobre todo su sensualidad. Todo esto hace que lo imaginario deba ser tomado en cuenta en los estudios de la cultura de una colectividad.

Otro elemento interesante de la imaginación es que no tiene una orientación rígida. Deja ser o deja hacer. Por eso su lado ficcional e inventivo. Esto lo diferencia de la razón. “La razón pura sigue la ‘vía recta’ de la utilidad, de la eficacia” (Maffesoli, 2003: 151). Por eso mismo separa, distingue aquello que es de lo que no es; así disfruta de ese poder. En cambio la imagen jala hacia abajo, a lo vivido aquí y ahora. La imagen está más relacionada a la vida cotidiana, a la vida ordinaria de los sujetos. Describe lo real actuando, los hechos que se van constituyendo en el hacer, en el decir de Maffesoli, consiguientemente está acompañado de una fuerte carga emocional, comúnmente descalificado en la cultura occidental racionalizada.¹³ Con lo que es o lo que hay, se desplaza en la vida en ebullición,

¹³ Debajo de toda percepción, de todo pensamiento y acción, late el afecto. La realidad externa enlaza fácilmente con el mundo interior. Así la percepción interna se despliega transformándose en sentimiento. Las sensaciones y los sentimientos pueden transformarse en imágenes, estas imágenes se manifiestan a través de la fantasía.

de manera errante, lasciva, sin criterio de utilidad, por lo que es tomado poco seriamente para una actitud intelectual.

1.3.5 Una mirada a la fantasía

El rasgo más peculiar del ser humano occidental tecnificado está en la actitud racionalista de cómo se entiende a sí mismo y a su entorno. El misterio, el enigma ha sido reemplazado por la razón. Se instaura un proceso profundo de desencantamiento del mundo, como refiere Weber, y progresivamente se va exterminando todo lo que no se atiene al análisis racional: la imaginación, las expresiones de la fantasía, lo mágico, lo mítico. Se establece el reino de la deshumanización, la despoetización y el desencanto. Hay una devaluación cultural del imaginario en el pensamiento oficial de occidente, al igual que una devaluación de la retórica. Como dice Durand, “nuestra época, matasiete de mitos y de mística” (Durand, 2004: 432) tiene en la desmitificación objetiva su culto mayor.

En las últimas décadas los cambios de perspectivas ontológicas y epistemológicas en las ciencias sociales ha posibilitado una reivindicación, una rehabilitación de las imágenes, de los imaginarios, las fantasías, de lo maravillo, de los sueños, y también de lo anodino. Los trabajos cercanos, por su actualidad, pero pioneros desde la historia son los trabajos de Le Goff, que reivindica estos elementos desde las mentalidades, o aquel bello libro de Edward Palmer Thompson sobre la biografía de William Morris (1998), en el que analiza esas facultades extraordinarias que tiene la fantasía en la creación de nuevas realidades mediante los sueños diurnos o despiertos de los individuos. O los escritos de Ernest Bloch, sobre todo *El principio esperanza* (2004), que señala el itinerario histórico y temático de las utopías, donde las fantasías colectivas cumplen una función muy importante en sus creaciones.

Aquí queremos precisar el sentido en que utilizamos la fantasía. Para Freud, la fantasía es una especie de sustituto que intenta suplir una carencia o deficiencia. Una especie de matriz alojada en el inconsciente reprimido que va a actuar como filtro sobre la experiencia psíquica. Desde la psicología la fantasía es la producción mental que posibilita la realización de deseos que no podrían expresarse de otro modo. La fantasía actúa como

Mediante la fantasía puede ser comprendido el real significado de lo interno, porque a través de ella se moviliza, se manifiesta. Así la fantasía se constituye en un medio, en una forma de conocer al mundo interno de los sujetos y la subjetividad colectiva.

actividad compensatoria. La producción de fantasías tiene un doble cometido: satisfacer deseos que no podría realizarse de otro modo y estabilizar a la persona descargando la tensión y evitando la frustración nociva.

Zizek, uno de los actuales seguidores más prestigiosos del psicoanálisis lacaniano, tiene otra lectura de la fantasía. La fantasía no sólo realiza los deseos en forma alucinatoria, sino que la fantasía constituye nuestros deseos, nos enseña a desear y cómo desear. Esto es así porque no hay nada estructurado que oriente la acción de modo que puede entrar la inventiva, la imaginación, para moldear creativamente el mundo social y cultural.

Nos interesa rescatar de la fantasía su facultad activa, creadora de deseos, “como un reino creativo de lugares intercambiables, de múltiples puntos de entrada, de identificaciones rotantes (“rolling identifications”)” (Elliott, 1997: 15).

Elliott tiene una entrada muy sugerente para leer la modernidad y la posmodernidad desde los presupuestos psíquicos y subjetivos. Para él, la posmodernidad sería una modernidad que se autoevalúa, que se automonitorea y realiza un “mapeo” de las dimensiones fantasmáticas del ser-mismo y la sociedad. Es decir, esta facultad postergada por el racionalismo pasa a ser un elemento conductor en la revisión de la modernidad y el perfilamiento de la posmodernidad. El trabajo de investigación que presento aquí en formato de tesis, si bien no tiene ese propósito, toma algunas de sus ideas en la construcción de un sentido, y, establecimiento de la relación entre fantasía y sociedad.

Establecer un marco de referencia con el cual trabajar es trazar límites a partir de lo que se considera pertinente. Es decir establecer los conceptos y categorías que están y debe estar, por consiguiente el concepto que se utiliza tiene que ver con ese propósito, por el cual uno construye el concepto, así como el objeto de estudio. Hecho del cual no nos escapamos. Hay un elemento necesario para completar el sentido en que utilizamos el concepto de fantasía, ese elemento es el del principio de placer. La fantasía de algún modo es la restitución de un estado embrionario originario caracterizado por un núcleo monádico, donde el sujeto aparece como identidad inmediata e indiferenciada, sin una escisión fronteriza respecto al mundo. Este estado primario está dominado por la fantasía pura o imaginación radical que se rige exclusivamente por un principio de placer que no encuentra

trabas externas (Castoriadis,...). El principio de placer es una energía que actúa libre en el afán de obtener placer por el camino más corto, evitar el displacer y sus tensiones.

En Zizek, Bachelard y los autores citados, la fantasía más que un mecanismo de soportabilidad social, una forma de evadir el dolor modificando la realidad mediante los deseos, es una facultad creativa, generadora de deseos, que rompen con los esquemas sociales y personales, con el efecto invernadero emocional de la racionalidad moderna en relación a la vida y los disfrutes. Y en ese sentido nos interesa incorporarlo en esta investigación como una forma de entender las creaciones imaginarias con relación al sexo.

Hay una relación entre fantasía, deseo y emoción. La fantasía para producirse se apoya en el cúmulo de experiencias pasadas y la sensibilidad del individuo. El producto de ello va a ser imágenes, porque la fantasía es fundamentalmente imagen. Imagen subjetiva sin limitación de tiempo, espacio, lugar, origen, procedencia, etnia, razón, posición económica o social, que puede aglutinarse y condensarse más allá de estas fronteras. Por eso es el mundo de la realización de los deseos o temores íntimos.

El mundo fantástico se apoya continuamente en los símbolos y el significado del símbolo es múltiple. El símbolo es un concepto en el que confluyen varios significados. Mientras que el “realismo” describe cosas que existen, que cualquiera puede ver, en la fantasía un niño puede conversar con un animal, puede volar junto con las aves, cambiar su tamaño, transformarse, transformar el universo a voluntad. O en el tema que nos convoca en esta investigación, un varón en su fantasía puede acostarse con la mujer más espectacular de sus sueños, como Jennifer López, Viva Guerra, Keyra Agustina o con Jenna Jameson, la superestrella porno, sin las limitaciones que le plantea la vida real o realizar proezas sexuales inimaginables, en calidad y cantidad, entre otras cosas. Este es más o menos el contenido de los relatos fantásticos que tiene la facultad de reunir, traducir un mundo de deseos.

En síntesis, la fantasía es el mundo de las imágenes. Lugar de la emotividad y los sueños. Es el espacio de lo lúdico por antonomasia, donde sutilmente sueño y realidad se entremezclan hasta el punto en que desaparece toda línea de demarcación. La fantasía está a mitad de camino entre lo real y lo irreal. Desde esta mirada lo cotidiano real asume un

rostro diferente y las cosas son vistas de modo diferente. Como por decir, lo dado en el ser humano no proviene sólo de la racionalidad sino también de la imaginación fecunda, de la ensoñación; que la realidad está constituida por un conjunto de significaciones imaginarias, que actúan como un esquema de inteligibilidad, como una matriz de sentido colectivo irreal que estructura la realidad social. Consiguientemente el mundo del imaginario es clave para descifrar la lógica ilógica que arraiga, en la vida cotidiana e interpretar la realidad social desde la inmaterialidad de la vida.

1.3.6 Una teoría para integrar lo mental con la vida

Para la humanidad, tan importante como la técnica es la creación de un universo imaginario. El imaginario social fundamenta toda sociedad.

El individuo sujeto necesita conocimientos objetivos para satisfacer sus necesidades vitales, como el alimento por ejemplo. Pero también de aquella realidad que no es ni física ni material, ni depende de la pura subjetividad, sino que simplemente es otra naturaleza de realidad, aquella que Popper llama Tercer Mundo, en un primer momento, y posteriormente, Mundo 3 (1992), constituido por las cosas del espíritu que llamamos productos culturales, lenguajes, nociones, teorías.

Morin siguiendo a Teilhard de Chardin llama noosfera a la “esfera de las cosas de la mente, saberes, creencias, mitos, leyendas, ideas, en la que los seres nacidos de la mente, genios, dioses, ideas-fuerzas, han tomado vida a partir de la creencia y de la fe” (Morin, 2003: 50).

Este tercer mundo o noósfera producto del espíritu humano, aunque producido y dependiente de él, adquiere una realidad y una autonomía objetiva. Viven una vida propia, entrando en relación dialéctica con las otras construcciones intelectuales y del espíritu humano.

La noosfera está presente en toda visión, concepción, transacción entre un sujeto humano y otro, y de éste con el mundo externo, y finalmente, consigo mismo. Es cierto que la noosfera tiene una entrada subjetiva, una función intersubjetiva, una misión transubjetiva, pero es un constituyente objetivo de la realidad humana (Morin, 1991, 117).

Como todas las cosas de la naturaleza, esta noosfera se extiende y ensancha por todas partes con cada acción, invento o creación espiritual. Tiene la capacidad de generación, de regeneración

Toda sociedad humana crea su noosfera. Aquella esfera de las cosas de la mente y lo interior mental, que envuelve a los humanos y sin las cuales no podría realizarse nada de lo que es humano. De ahí que pueden adquirir un mayor poder que los hechos factuales.

Por otro lado, la noología considera las cosas del espíritu como entidades objetivas. Así las representaciones, símbolos, mitos, ideas, figuras, imágenes son entidades hechas de sustancias espirituales y dotadas de cierta existencia.

A esta esfera noológica pertenecen las imágenes, los imaginarios, las fantasías, entre otras creaciones del espíritu.

Es desde este piso epistemológico que abordaremos el estudio de las imágenes que rodean los avisos de servicios sexuales.

1.3.7 Una nueva ciencia sensible

El espíritu de nuestro tiempo ha modelado progresivamente una nueva racionalidad, una nueva sensibilidad, que busca integrar las racionalidades y sensibilidades parciales. Tarea que se remonta a Vico, Herder, inclusive Pascal. Una forma de conocer que tome en cuenta los dos elementos: razón sensible lo llama Maffesoli (1997). Un proceso dialógico entre el cálculo y la reflexión. O en la idea de complejidad de Morin, una ciencia nueva que sea capaz de integrar los opuestos, las diferencias, sin que ninguna se pierda en la otra o pierdan su identidad.

De algún modo esta preocupación intelectual se ha notado en algunas corrientes del pensamiento social contemporáneo, como en la teoría crítica, la de la condición posmoderna, la hermenéutica y la epistemología que fundamenta los métodos cualitativos en el conocimiento de la realidad social. Se hace importante incorporar en el estudio de la realidad social la imaginación, las representaciones sociales, los imaginarios, las fantasías, el sentido común, las emociones. La ventaja de toda esta corriente crítica es que no buscan la formación de un sentido universal como en las ciencias tradicionales; por el contrario,

valora los conocimientos locales (Geertz, 1994), las fragmentaciones, el énfasis en la subjetividad, en el relativismo¹⁴.

La diosa razón, la diosa de la modernidad ya no es confiable. Conforme avanza manifiesta una mayor incertidumbre. No sólo desde el saber posmoderno y el romanticismo que surge inmediatamente en respuesta a la razón instrumental del racionalismo, sino también desde el oscurantismo y la vida misma, surgen las contrarrespuestas. Las consultas a horóscopos y cartas para conocer el porvenir es una ilusión que se mantiene y aumenta, inclusive en los sectores instruidos. Al haber perdido su poder encantador y unificador, la razón actual ha llegado a ser más permeable a lo que le era ajeno a ella. El recurso para la cura, cada vez más recurrente, a productos y prácticas provenientes de una lógica distinta a la ciencia médica formal, de algún modo ilustra ese desencanto (o quizás un nuevo reencantamiento con los elementos que escapan del control de la razón).

Es así como la razón y la ciencia comienzan a reencontrarse con los espacios de la tradición, el mito y la subjetividad; aprende a no excluirla. Su propia dinámica hace que realice incursiones extraterritoriales, no importándole el riesgo de perderse. Así llegamos al momento llamado posmoderno donde la aventura, la incursión fuera del territorio para corregir sus extravíos, es mayor. Por eso algunos, como el mismo Balandier, señalan que uno de los rasgos del posmodernismo es el impulso a la autosuperación de la razón. Para Wellmer (1995), la posmodernidad es pensar de nuevo, de otra forma el universalismo político-moral de la ilustración, la idea de autodeterminación individual y colectiva, y la razón y la historia. Pero también comprende las nuevas vías y formas de acceder al conocimiento de la realidad social.

Estamos asistiendo al cuestionamiento del fundamento mismo de la ciencia, de su ontología y epistemología que nace con la modernidad

¹⁴ Relativismo no sólo en el sentido de relatividad, sino en tanto virtud de relacionarse con uno y otro.

1.3.8 Una razón sensible y dionisiaca

La modernidad es racionalista. El racionalismo es “una forma de pensamiento que privilegia en exceso a la razón como motivo y fundamento de las relaciones sociales” (Chihu y López, 2002: 221).

Observado y puesto al trasluz, por algunos autores clásicos como Herder y Hamann, desde el romanticismo, o Vico, desde el humanismo, ahora Maffesoli, desde lo racional-sensible intenta construir una teoría social de alcances vastos que supere esa postura en cuestión.

Para él, el racionalismo dominante después de haber sido un instrumento de elección en el análisis de la vida individual y social se ha esclerosado, convirtiéndose en un obstáculo para su comprensión. El racionalismo, en su pretensión científica, es particularmente incapaz de captar, incluso de aprehender, el aspecto prolijo, lleno de imágenes y símbolos de la experiencia vivida. La abstracción, que es una de las maneras de entender la realidad que tiene el racionalismo, ya no es oportuna, cuando lo que prevalece es el hervidero de un nuevo nacimiento, de una nueva realidad mucho más vital, lábil y lleno de imágenes y contradicciones; momento de movilizar todas las capacidades que están en poder del intelecto humano, incluidas las de la sensibilidad. (Maffesoli, 1997: 32).

Para Maffesoli la mirada y conciencia modernistas, subordinadas al programa de la sociedad productivista, huye de lo simbólico, cercano a lo trágico y a la muerte, a la violencia y a la fiesta. Huye de la vida cotidiana donde se expresa la contradicción: del despliegue de lo simbólico imaginario, donde lo poético y metafórico juegan un papel fundamental en la construcción de identidades.

Maffesoli plantea una metodología de trabajo, una forma de considerar el objeto de estudio y una forma de presentar sus resultados: Toda investigación debe contemplar un método que no endurezca lo real mediante el terrorismo de la coherencia, que no imponga a lo real categorías muertas e inertes, que no establezca límites a priori, por ejemplo, con un marco teórico previo, como estilan los programas de investigación orientados a dar cuenta o crear desde arriba un deseo de realidad instrumental de viso operativo. A Maffesoli no le atrae la idea de sucesión en el proceso de investigación. Considera más bien que hay que

desarrollar la noción de constelación, donde los elementos de lo real se despliegan en su simultaneidad y no en su linealidad.

Esta crítica al método modernista le permite visualizar otras opciones de abordamiento de lo real y lo social: razonamiento “irreducible a la deducción y a la inducción”, que combina la asunción de una realidad en su desarrollo, es decir, en su inestabilidad, y la referencia a lo imaginario posible. Dudar de la apariencia sin rechazarla necesariamente, para poder escuchar mejor el ruido de la calle, de las plazas, de los parques, de lo que acontece en el transporte de servicio público.

La metáfora, la analogía, la forma son los instrumentos metodológicos de esta razón sensible.

Su teoría del formismo pretende dar cuenta de lo real en su despliegue. Sin esencializarlo. Para Maffesoli la forma nos introduce a la vida cotidiana, a la socialidad contemporánea, posmoderna. Nos introduce a la dimensión del afecto, de la sensibilidad, de la estética, en tanto lo que interesa es captar la polifonía de lo real. De aquí deriva Maffesoli su tesis de que es necesario un saber dionisiaco, un saber de las junturas, de las brechas, pero al mismo tiempo de los encuentros, de las cercanías, de la calidez. En adelante se trata de dar cuenta de lo no funcional o de lo transfuncional; retomar y profundizar nociones como las de sueño, mito, locura, etc. El conocimiento ordinario es entonces el conocimiento de la forma que se muestra en su plenitud. La razón abstracta, obsesionada por lo instrumental, moralizó el conocimiento con el propósito de adecuarlo a los intereses del productivismo (Maffesoli, 1997).

A la razón instrumental, modernista, centrada en el control, en la productividad, en la determinación de la cantidad, le interesa poco lo que la excede. Como no hay forma de incorporar estas dimensiones, las constituye en márgenes, en sobrantes. Es que a este tipo de razón le interesa el límite como marca de un fin, y no como lugar a partir del cual todo se inicia. Por eso inventa nociones de clausura.

Maffesoli piensa que una razón sensible, que evite las manipulaciones de la técnica, la ideología, etc. podría apoyarse en cierto espíritu dionisiaco, capturando de él una exultante defensa de las pasiones como elemento integrador de una conducta moral más amplia y comprensiva. Esta razón sensible debe evitar la denotación peyorativa de lo irracional. El

nuevo discurso será incluyente y no excluyente. De la conjunción (y...y) y no de la disyunción (o...o).

La fundamentación de este giro de la razón posmoderna se funda en el convencimiento de la necesidad de pasar de un racionalismo puro y duro, a un espacio abierto en que tengan cabida lo irracional, lo insensato, las pasiones.

“El pensamiento moderno separó el bien del mal; lo verdadero de lo falso, pero en el mundo coexisten los opuestos. La riqueza del mundo es compleja y persiste por el constante fluir que hace de la vida, muerte; y de la muerte, vida. No se puede ver el mundo como de fuera, como exigía Durkheim que hiciera el sociólogo, en oposición a lo de dentro, pues ambos referentes hacen el mundo. Lo material no excluye lo inmaterial.

Tal vez ahora empieza a comprenderse, en esta nueva sensibilidad de la razón, el discurso de quienes se pronuncian por el respeto de las minorías étnicas, económicas o sociales. En este sentido, las ideas de Edgar Morin, en su defensa de la diversidad ecológica y humana, no son ajenas al discurso de Maffesoli. El racionalismo no ha sabido reconocer las fuerzas contrarias a él para integrarlas. O es blanco o es negro; o racional o irracional. O virtuoso o pecador. Los nuevos tiempos nos han conducido a nuevos territorios donde es imposible pensar con las categorías puras del análisis oposicional. Pareciera que la posmodernidad requiere de un gran director de orquesta dotado de la habilidad para hacer entrar todos los sonidos en la interpretación armoniosa del mundo. O que requiere de un gran pintor, que como hicieron los pintores barrocos, intente ofrecernos un mundo hecho lúdicamente, inacabado, que nos permita avizorar sus contornos, sus vados y sus pasos seguros. Al mismo tiempo que las huellas, las autopistas y las selvas. Un mundo en el que cada quien pueda hacer el suyo y ser respetado por ello. El mundo no está hecho, está apenas insinuado. La belleza del crepúsculo encierra la belleza del amanecer. En la vida de aquellos morimos y en la muerte de estos vivimos, nos recuerda a cada instante Heráclito.”
(Varas, en revista electrónica Ensayos www.ucla.edu.ve)

La razón tiene que oxigenarse, revitalizarse; para ello habrá que fundirla y reconstruirla, con la condición privilegiada de integrar todos los posibles sonidos y colores; altos y bajos; una razón que haga de lo sagrado y profano mundos coexistentes. Entonces, la razón sensible tendrá que proyectarse en un mundo multicultural, complejo y abierto.

El salto epistemológico nos instala en esa razón sensible. Una razón sensible que evite las manipulaciones de la técnica, la ideología, etc., apoyándose en cierto espíritu dionisiaco, capturando de él una exultante defensa de las pasiones como elemento integrador de una conducta moral más amplia y comprensiva. Esta razón sensible debe evitar la denotación peyorativa de lo irracional. El nuevo discurso será incluyente y no excluyente. Así, la aspiración dionisiaca es de un nuevo vitalismo en que convive la razón y la sinrazón.

Y “un saber dionisiaco”, que dé cuenta de lo que está o se expresa más allá de la razón instrumental o abstracta, sin que ello implique la apología del irracionalismo como tal. Se empiezan a reconocer las formas que van dando sentido a la razón sensible. Para dar garantías y más clara idea de esta propuesta de una nueva racionalidad, Maffesoli no quiere separar los mundos

1.4 OBSCENIDAD Y ANOMIA EN LA SOCIOLOGÍA MUNDANA

Nuestra disciplina nace con la modernidad. Nace positivista, moralista y prometeica. En las secciones anteriores de esta tesis hemos precisado las características más sustantivas del positivismo, así como las críticas que se van dando en términos antológicos y epistemológicos. A nivel del conocimiento, el positivismo da lugar a un pensamiento monodimensional, por cuanto adopta el procedimiento racionalista de pasar de lo concreto a lo abstracto, de lo singular a lo general, como la única forma de conocer la realidad: “Sin tomar en cuenta la vida en su complejidad, la vida polisémica y plural que no se acomoda, o apenas lo hace, a las ideas generales y otras abstracciones de contornos mal definidos” (Maffesoli, 1997: 35). Por ejemplo, Morin señala que debe partirse desde el referente racional y el abductivo, de Voltaire y de Conan Doyle, entre otros para iniciarse en la *serendipity* “arte de transformar los detalles aparentemente insignificantes en índices que permitan reconstruir una historia por completo” (Morin, 2005: 24).

En esta sección desarrollaremos las razones por las cuales calificamos a esta sociología de moralismo y prometeica.

El moralismo moderno discrimina entre lo “bueno” y “malo”, entre lo “correcto” e “incorrecto”; y opta favorablemente por uno de ellos. Desde esta perspectiva, las prácticas sexuales se calificarían como correcta o incorrecta, buena o mala. Dentro de la sexualidad

clasificada como incorrectas y malas se encuentran aquellas llamadas obscenas y pornográficas. Son obscenas todas aquellas prácticas o imágenes que las convenciones vinculan a la indecencia sexual, al habla de la “mala vida”, a la concupiscencia, a la lubricidad, a la impudicia. Lo obsceno es todo aquello que ofende al pudor, por depravado y corrupto. ¿Y qué es el pudor?: La honestidad, la modestia y el recato. Precisamente la pornografía es obscena por presentar el sentido explícito del sexo, sin ningún tipo de recato. En ella no hay nada oculto, todo se muestra. Por tanto indecencia sexual. Por eso para muchos lo obsceno y la pornografía son dos conceptos casi hermanos que han recorrido juntos la historia de la censura en occidente. Ambas categorías son convenciones utilizadas por la moral pública para imponer reglas de comportamiento en la intimidad o defenderse de la individualidad exagerada, sobre todo en tiempos modernos.

En contraposición a ellos, el erotismo es el amor sensual, el lado bello del sexo. Es deseo sexual y algo más. Pero la línea que separa a uno y otro es tenue. El erotismo es un fenómeno cultural que se manifiesta a través de la pornografía y en la pornografía hay elementos eróticos. El erotismo es el amor sensual, es la celebración de la dimensión física y sensual del amor. Si en la pornografía no se oculta nada y se muestra todo, en el erotismo no se muestra todo. Hay partes reservadas, ocultas. Esto es lo que provoca o mantiene el interés de la continuidad. La particularidad del erotismo es que tiene la virtud de desmoronar la tiranía del tabú que la sociedad impone para protegerse de manera amable, gozosa.

La pornografía es una categoría moral, cuyo significado depende del momento histórico, cultural y la ubicación geográfica y los ojos del visor por donde se mira. Mucho de lo que sucede hoy en el terreno de la sexualidad, habría sido condenado en tiempo del santo oficio (siglo XVI), y hoy no lo está. Pues lo que es pornográfico para unos podría ser erótico para otros; lo pornográfico o lo obsceno no está en el material sino en la mente de quien lo lee o lo mira. Por eso mismo, para unos la pornografía es un tipo de obscenidad sexual en que se acentúa la deshumanización y para otros una vía de expresión de lo alucinatorio.

Mas la obscenidad es un concepto dúctil. Sus varias etimologías hacen que sea así. Una de ellas, proveniente de la voz latina *ob-caenum*, significa “porquería, suciedad, basura”; otra que parece derivar del término latino *obscena*, significa “lo que queda fuera de la escena”.

Este último término sirve también para designar todo aquello que transgrede y ofende el concepto de pudor social: aquello que no ha de ser mostrado públicamente; que permanece o está fuera de escena oficial. Así lo transgresor es lo obsceno.

La obscenidad es un elemento consustancial a la vida humana, un elemento permanente que nos acompaña, pues en toda sociedad, la ley, las normas de decencia, de pureza, no son completas, y por consiguiente se complementan con la obscenidad y el pecado. Como lo socialmente instituido no es un “todo”, sino que tiene vacíos, tiene su lado obsceno que lo complementa desde el otro lado de la escena oficial. La transgresión es aquello que revela este hecho, con claridad, y por eso mismo llama la atención.

Se suele señalar que hay dos tipos de obscenidad: lo sexual y lo excremental. Y frente a ello hay dos tipos de actitudes, uno de profilaxis, de limpieza y purificación, trabajadas por Mary Douglas (2007) y por Dominique Laporte (1998); y la otra, la hipocresía. La hipocresía hace que ocultemos nuestras pasiones extremas, nuestra animalidad escondida. Para comprendernos y comprender nuestra sociedad no podemos prescindir de este lado más oscuro de nuestro ser, como también de las respuestas provenientes desde los márgenes, algunas veces de manera grata. Por ejemplo, Rabelais en sus obras glorifica el cuerpo humano, en especial en su función sexual y excrementicia. Allí hay una obscenidad gozosa, desinhibida, como respuesta al orden clerical dominante de su época. Esto mismo sucede con los avisos de servicios sexuales que actualmente se publican en los diarios de la capital, que aparentemente se ubican al margen pero su desarrollo no es sino en referencia a la sexualidad oficial o institucionalizada.

El otro aspecto del moralismo en sociología está expresado en su compromiso y preocupación por el orden y el desorden social.¹⁵ Construir un mundo perfecto y feliz ha sido parte del programa de la modernidad, que la hace suya. Consiguientemente se orienta por el “deber ser”, por los deseos más que por los hechos terrenales, tal como se dan con

14 En tanto moralista jerarquiza, identifica en términos de valor, lo que es digno de ser estudiado y aquello que no lo es. Hace poco en un evento organizado por los estudiantes de la Universidad Villarreal, lugar de mis operaciones académicas, hablé de la coquetería en los términos de Simmel, que en nuestros visitantes generó comentarios en el sentido de que ese no era tema de sociología. Ciertamente hay un problema de definición, de qué es la sociología y de que trata la sociología, pero también una visión moralista, jerarquizada, de los temas sociales.

todas sus ambigüedades, contradicciones, incertidumbres y maldades, con su ciencia y poesía, con su racionalidad y su locura: *homo sapiens* y *homo demens*.

La sociología primigenia nace moralista, pero también prometeica. Decimos que es una disciplina prometeica porque privilegia la parte industriosa, inteligente, progresista y disciplinada de la modernidad. Donde del concepto de utilidad es clave, como también el de sacrificio.

El mito de Prometeo sintetiza la lucha hombre-divinidad, en la que los hombres tratan de igualarse a los dioses. Y en ese empeño aprenden a dominar la naturaleza y conocer más. Por ese esfuerzo están obligados a abandonar el ocio, a encadenarse al deber, postergar el goce y sus derechos individuales en aras del colectivo o los otros. La modernidad está pautada por la obligación, por el deber, sobre todo en su primera etapa (Lipovetsky, 1994).

¿Pero quién es Prometeo? Prometeo no es un dios olímpico; es un titán. Su crimen fue tratar de crear una raza (de hombres) que superase a los dioses, por eso enseñó a las criaturas el modo de dominar la naturaleza y de conocer cada vez más.

Prometeo es el intelectual creador, que está encadenado, condenado a pagar su sacrificio por los hombres, al haberle robado el fuego (los deseos y la forma de aplacarlos) a los dioses para dárselo a los hombres (Freud, 1931).

Por eso decimos que nuestra sociología es prometeica, porque sus grandes valores se apoderaron de ella. El altruismo, el compromiso político, el sacrificio en nombre de los valores trascendentales: culturales, patrióticos, religiosos. Por su preferencia por las grandes categorías: Estado, partido, iglesia, familia y toda la tecnoestructura.

Dionisio, el dios del desenfreno y el placer, dios del vino y del exceso, de la vida y de la muerte, es encadenado por esta sociología, que libera a Prometeo. Las festividades dionisiacas consistían en días de desenfreno, donde todo estaba permitido. La ingesta de vino formaba parte del culto al dios, y las mujeres y los hombres desnudos acudían a los bosques a dejarse llevar por la embriaguez. Pero no sólo representa el goce y el desenfreno, sino además representa la renovación, el renacimiento. Muere cada invierno y renace cada primavera para ofrecer sus frutos. Para celebrar su resurrección se organizaban grandes

fiestas de rituales orgiásticos. Del desorden nace un orden distinto. Ese es el gran mensaje vitalista de Dionisio y de lo dionisiaco.

Contrariamente a la armonía, el orden, la razón, el productivismo y el sacrificio, los cuales calzan con los sueños racionalistas, productivistas y progresistas de la modernidad, lo dionisiaco propone un nuevo vínculo social donde las emociones, el frenesí y la excitación colectiva expresan el deseo irreprimible de vivir, de disfrutar en todos los sentidos. La molicie también se convierte en disfrute como lo es el *carpe diem*.

Estos avisos de servicios sexuales expresa la presencia de ese espíritu orgiástico y de molicie. El espíritu dionisiaco y lúdico. Contrario a la seriedad, a la asepsia, el disciplinamiento y el moralismo al que nos había sometido la primera modernidad.

Este es mi punto de partida.

1.4.1 Anomia

La anomia es aquello que está más allá o fuera de la norma, es una categoría fuerte que da cuenta de este moralismo.

En términos funcionales, la anomia señala las fricciones, los conflictos, las inestabilidades, el malestar, el desacuerdo fundamental, la miseria y la delincuencia concomitante. Para Durkheim, la anomia se refiere a una situación de desorganización moral, donde no hay un orden normativo sólido, eficaz, compartido por la mayoría de los miembros de una sociedad o donde el orden normativo esta desajustado, tambaleante (Durkheim, 1982). Es producto de la desaparición de los vínculos de comunidad, como consecuencia de la división del trabajo social.

Merton introduce un matiz a la definición anterior. La anomia se produce cuando hay una distancia excesiva entre los objetivos que en una sociedad se propone como deseable y las posibilidades reales de alcanzar esos objetivos, de acuerdo con las reglas institucionalizadas (Merton, 1987). La anomia se produce por las discrepancias entre los valores que se proponen y los recursos disponibles.

Cualquiera que sea el concepto de anomia que se adopte, supone siempre una significación, concretamente una dimensión normativa de la conducta. Implica una referencia a valores compartidos, que sirve para producir y reproducir la cohesión social.

Sin embargo, la anomia puede ser considerada un desorden generador de otro orden. Una salida cuando las vías formales se han cerrado o la posibilidad de abrir otras vías desacostumbradas.

La interpretación negativa de la anomia obedece a la concepción moderna del bien y del mal. Las sociedades tienen normas establecidas que pretenden decir, establecer y mandar lo que es universalmente correcto para el conjunto de la sociedad. Reglas oficiales del buen comportamiento y de las formas de vivir, para que el mundo sea feliz y llevarnos al paraíso de la productividad y el progreso. En esa concepción se desdeña la potencia de las formas de actuar diferentes del orden establecido. La anomia es el comportamiento al margen de una estructura formal, que muchas veces no es justa o debida. Allí se manifiesta como potencia contra el poder establecido. La anomia, en términos informales, es una forma de resistencia. Parte o contraparte de lo establecido, que muchas veces dinamiza lo social, redinamiza la cultura y los valores de un pueblo.

“Los fenómenos informales, sustratos del comportamiento anómico, no son más que la imagen espejo de las estructuras formales que permite a los actores accionar los amortiguadores o los mecanismos de compensación intrínseco en cada sociedad o grupo social” (Maffesoli, 2005: 16).

Ciertamente la anomia tiene su componente negativo, que en países como el nuestro abundan en variedad.

En la idea de rescate del papel positivo de la anomia, ésta viene a ser un medio para reafirmar el cuerpo social. El cuerpo social se crea/recrea sin cesar, dinámicamente, mediante la estructuración y la desestructuración, mediante la acción formal e informal, mediante los comportamientos al margen de las normas y los “normales”. En este crear incesante existe la necesidad del desorden fecundo, que establece lo nuevo, lo fundante de manera “violenta”, “chocante”.

En muchas ocasiones el desorden o lo informal es más ilustrativo que el orden funcional para conocer una época histórica, como en este caso la sexualidad y el goce transgresor. Es en la parte oscura y velada de la sociedad (y la conciencia) donde podemos encontrar las

respuestas claves sobre lo real. Desde esta perspectiva, esta forma moderna de prostitución que utiliza la prensa para difundir sus ofertas de servicio sexual, resulta útil.

Una sociología no-moralista, es decir una moral sin sanción ni obligación en los términos de Jean Marie Guyau, nos aproxima creativamente a este tipo de comportamiento social, “marginal”, anómico, pues respeta las cosas tal como son, tal como es, y no como el moralista, que antepone lo que cree que debe ser a lo que es. Nos dota de la capacidad de mirar todo aquello que está al otro lado de la ley, la moral y la norma, con la misma importancia o peso sociológico, que aquellos que gozan de buena reputación.

En este punto de vista, subyace además una propuesta metodológica “... para comprender bien una época no está de más enfocar la mirada sobre lo informal y el innegable ethos que ésta secreta” (Maffesoli, 2005: 21). A ella nos referimos en la parte final de este capítulo.

1.4. 2 El sentido del gasto inútil

La modernidad ha impuesto un totalitarismo de la razón que, entre otras cosas, reduce la realidad a criterios de utilidad y cálculo. De esta forma, la racionalidad moderna sería el asidero sobre el que descansa la consolidación del ideal productivo, acumulativo y el mito del progreso.

Contrariamente, la vida improductiva y el goce del presente se vuelven los valores globales e ineludibles de una sociedad orgiástica. La alegría del *carpe diem* desafía el sistema económico y político que inútilmente intenta gestionar lo que necesariamente se le escapa de entre las manos: el juego de la pasión y la estética de la vida, en contrapunto al utilitarismo. Según Maffesoli, hay un regreso a tiempos antiguos, donde lo lúdico presentaba el deseo de vivir y perdurar de la sociabilidad, con una concentración hacia el cuerpo y sus necesidades físicas: el cuerpo que pide el placer, el disfrute en lo inútil. La vida es arte de seducción, es agitación y promiscuidad, que no puede seguir una lógica y un tiempo lineal, sino que busca una dinámica cíclica y opuesta, de la abstención al exceso, del presente al instante.

“Así pues, frente a un tiempo histórico dominado por la producción y la parusía, existe un tiempo poético y erótico, un tiempo del ardor de los cuerpos; un segundo tiempo, escondido, alrededor del cual se organiza la permanencia de la socialidad.

En torno a este tiempo se articula la perduración de un profundo politeísmo que se enfrenta al proceso reduccionista y totalitario del monoteísmo religioso y político.” (Maffesoli, 1996: 49).

Hablando de lo orgiástico como factor de sociabilidad, Maffesoli cita a la par de la sensualidad al sexo, como elemento de la aventura existencial, presente en toda estructura social.

1.4.3 Goce, obscenidad e impureza

Herder, Vico y Nietzsche tienen en común el ser críticos con el totalitarismo de la razón y el cientificismo en el conocimiento de la realidad, en tanto nos hace perder el contacto con la verdadera realidad humana al hacer una abstracción de ella; y sobre todo mata la libertad de la imaginación.

Pero Nietzsche da un salto mayor. Señala que esta ciencia que se desarrolla a partir del racionalismo armoniza perfectamente con la moral cristiana, pues para ambos la auténtica verdad está fuera de este mundo y ambos son ascéticos. De hecho, ascetismo es el esfuerzo del cristiano por no dejarse dominar por la pasión de aquí abajo, como es ascetismo el esfuerzo del científico por prescindir de las imágenes cambiantes de las cosas al buscar la verdad, esto es, las leyes permanentes de la naturaleza mediante una puesta entre paréntesis de sus propios intereses y puntos de vista «subjetivos» (Vattimo, 2002).

Nietzsche opone a este espíritu ascético empobrecedor de lo vital instintivo, la figura de Dionisio, dios del frenesí y del éxtasis, de lo informe y lo caótico; relacionado a la vivencia, al instinto, a la irracionalidad, la subjetividad, la corporeidad; dispuesto a encontrar y compartir el goce. La vida como creación y destrucción; como ámbito del dolor y la alegría; como impulso vital. Expresa la voluntad de existir, de libertad que va más allá del orden, la moral y la medida; que afirma el lado oscuro de la existencia; que descubre las fuerzas naturales e instintivas que operan en las representaciones y sentimientos del psiquismo humano. Dionisio encarna esa vocación. Figura emblemática del vitalismo. El vitalismo es

una doctrina filosófica que admite que los fenómenos de la vida poseen características distintas a lo puramente mecánico.

En lo festivo el vitalismo está presente. En este tiempo que no sabemos si habrá otro mundo, bien sea político o religioso, lo que queda como mandato es que debemos disfrutar aquí y ahora, *hic et nunc*. Gozar y divertirnos, sin postergación alguna. La diversión ya no se proyecta a mediano o largo plazo, sino que se vive en el instante, el instante eterno. Los pequeños momentos reemplazan a la eternidad lejana.

Dentro de este escenario, el goce, lo transgresivo y las conductas obscenas tienen un significado distinto a la mirada que llamamos moralista. Nada es impuro u obsceno en sí mismo. Lo impuro no es el sexo ni ninguna de sus prácticas, sino todo lo que como tal se construye socialmente. El mismo deseo sexual acompaña el acto amoroso con la pareja como el de paga. Un mismo contenido puede servir para dos propósitos distintos y corresponder a dos entidades diferentes. Dicho de otro modo, el morbo impuro puede estar presente aun cuando se hace el amor con la esposa, con la amada, y también se puede amar puramente aun cuando se está con una mujer a la que se paga, o se tiene una aventura.

Un mismo contenido puede adquirirse y expresarse en distintas formas, a la vez, una misma forma puede encerrar diversos contenidos, como señala Simmel.

I.5 MODOS DE CONOCER Y ESTAR EN LA SOCIOLOGÍA MUNDANA

Una sociología mundana que rescata el goce, lo inútil, lo malo, lo obsceno, tiene sus implicancias en el plano metodológico. Ahí adquieren importancia los elementos aparentemente menos significativos y banales de la realidad.

Se cree que todo fenómeno social debe ser abordado con los métodos conocidos y sus respectivas tecnologías dominantes, pero no necesariamente es así. La manera de plantear y resolver un asunto-tema-problema depende del objeto en estudio, de sus características, de los objetivos, del punto epistemológico de partida, como también de los atributos del investigador, es decir de diversos elementos directamente intervinientes en el proceso. No es el método ni las técnicas los que tienen el mando en una investigación, sino la realidad

empírica estudiada; lo dado, y el modo como un hecho social ha instituido con nosotros un hecho sociológico de estudio.

Lo mismo sucede en la relación realidad-teoría. Dentro de un pensamiento racional hegeliano, la teoría lo es todo, los hechos se deben adecuar a ella. Es conocida la frase atribuida a Hegel “¡Si los hechos no se adecuan a la teoría, tanto peor para los hechos!” (Zizek, 1998), pensando que de este modo el punto teórico del análisis tiene un mayor peso iluminador que la realidad, cuando lo que hay que buscar es una pertinencia de la teoría frente a la realidad, sobre todo en la sociología que es una disciplina básicamente empírica. Una nueva realidad, como cada realidad, necesita de un modo particular de aproximación y aprehensión, que incluso puede tener la apariencia de descabellado, no obstante ser oportuna. Ilustraré esta idea con una figura de la tradición bíblica.

Cumpliendo el designio divino, David para ser rey de Israel debe derrotar al gigante Goliat, un guerrero descomunal, ejercitado en mil combates, terror de las distintas tribus y familias israelitas. Aparentemente invencible. Cuando éste amenaza atacar a la tribu de David todos los guerreros preparan sus armaduras, lanzas, flechas para enfrentarlo. Están preocupados en qué estrategia utilizar para vencer a Goliat. David, que es un simple pastor, les dice que él puede hacerlo. Frente a sus palabras todos se ríen: “¿acaso vas a vencer a tremendo guerrero con tu lira de pastor, tus versos y tu honda?”. La carcajada continúa. David nuevamente insiste en que él puede enfrentar y derrotar a Goliat. La risa de todos de cierto modo se justifica. David no es un guerrero, sino un simple pastor. Las prácticas de la guerra convencional, de entonces, era enfrentar al enemigo con las armas acostumbradas y no con otras. Impensable otras formas de enfrentar el terrible Goliat. A nadie se le ocurre que David pueda utilizar un arma no convencional para vencer al guerrero: unas piedras, una honda, y su mano impulsora (guiada por su Dios, según su fe), con el que finalmente vence a Goliat.

Generalmente se piensa que hay un esquema en el que debe calzar la realidad. Que hay un estándar de convalidación y sus reglas del que no se puede salir. Y si nos desviamos de ese orden no estamos realizando una investigación seria y científica. Ya Maffesoli en uno de sus obras tempranas (1982) habla del totalitarismo teórico y metodológico en las ciencias sociales, par con la violencia totalitaria política, que trata de someternos. Someternos o ser

marginales en el mundo académico, si optamos por otro camino distinto al convencional. He ahí el dilema.

1.5.1 Simmel y el costo de la innovación sociológica

Un caso ilustrativo de esta verdad trágica fue Georg Simmel. Brillante sociólogo alemán. Uno de los más imaginativos y creativos. Con formación en historia, psicología y filosofía. Contemporáneo de Durkheim, amigo de Weber y próximo a Marx, generacionalmente hablando. No reconocido a plenitud como un clásico dentro de la sociología, no obstante sus grandes aportes teórico-metodológicos para una realidad como la actual. En vida, fue relegado de las aulas universitarias alemanas, no obstante el patrocinio de Weber para las cátedras universitarias, le fueron negadas reiteradamente. Ante esta circunstancia crea su cátedra libre que sostiene con el pago de sus alumnos voluntarios, que asisten en multitud. Tenía estrecho contacto con las luminarias culturales de la época, como Husserl, Martín Buber, H. Bergson, Rilke, entre otros. Sólo al final de su vida fue nombrado para dictar clases en una universidad alemana. ¿La razón? Hubo varias. Una, ser judío; otra, celos de sus colegas ante su brillante inteligencia. Pero sobre todo porque sus trabajos sociológicos no se acogían a la rigidez y a la tradición académica y metodológica positiva dominante de la época. Era abierto y libre. Mucho más cercano a los datos de la vida cotidiana. La exposición de sus ideas era impresionante, por la lucidez y armonía en la asociación y construcción. Ensayista brillante, en un medio donde había que hacer obras estructurales y monumentales, no sólo para probar competencia académica, sino porque había un paradigma cientificista dominante, que propugnaba un modelo de pensamiento magno y frígido.

Su obra sociológica es amplia, fuera de los parámetros habituales de la sociología tradicional. Abarca elementos temáticos diversos e inusuales, pequeños, cotidianos y triviales, que hoy se conoce como microsociología: el amor, la amistad, el adorno, la religión, la fidelidad y la gratitud, la estética del rostro, la coquetería, la moda, el problema de la mujer, entre otros. Para exponer sus ideas, más que conceptos, emplea figuras y analogías. Por ejemplo, utiliza la figura del *punte* y *puerta* para ilustrar el sentido de la libertad del individuo en un mundo moderno, así como la relación entre lo público y lo

privado. La puerta en su doble función, sirve para entrar y para salir. Para encerrarse, en la intimidad, en la privacidad, alejado del colectivo. O bien abrir para salir al encuentro de los otros, dejar que los otros entren en nosotros, exponerse a sus ojos. La puerta grafica la ambivalencia de la libertad individual en la modernidad. Una libertad negativa para quedarse en uno mismo, en el individualismo absoluto, o libertad positiva para salir al encuentro de los otros. La figura puede ser interpretada también como la relación entre lo privado y lo público, entre el sedentarismo y el nomadismo, entre el encierro y la aventura, entre el arraigo y la vida errante. Esta es la función singular de la analogía que no nos ata a un solo referente de sentido como sí lo hace el concepto.

Al igual que en otros brillantes pensadores posteriores, como Walter Benjamin, el ensayo fue su principal arma para hacer sociología. Sin embargo, tiene algunas obras más “orgánicas”, como suele llamarse hoy a los trabajos académicos más convencionales. Uno de ellos es *Filosofía de la historia, Rimbaud, Kant, Schopenhauer y Nietzsche*, pero sobre todo *Filosofía del dinero*. Todos agudos, lúcidos y creativos. Es un académico marginal al totalitarismo ilustrado dominante. No se alinea con esta corriente. Por el contrario, le muestra sus límites y sus posibilidades. Por eso, él mismo es un extranjero, del que habla en su ensayo *Digresión sobre el extranjero* (1986c); aquel que está y no está a la vez, el excluido y perturbador, en quien su nomadismo viene a ser un atributo de objetividad, como negativo para el *establishment* académico dominante.

En este proceso crea algunas de las más importantes categorías de su método sociológico, como el concepto de interacción (sea según la dimensión temporal, de propiedad, el número de personas que interactúan), básico para entender las relaciones íntimas y privadas, la construcción de formas sociales, la socialización, el concepto de dualismo, el hacer y el padecer.¹⁶ Desde mi parecer, es uno de los lectores de la modernidad occidental que no se

¹⁶ El conjunto de sus conceptos se pueden encontrar en los tres textos que se nombran a continuación. En unos se ahonda en un aspecto más que en otros. Por ejemplo, en el libro *Intuición de la vida*, Buenos Aires, Nova, 1950, se encuentra expuesta con mayor claridad y precisión su concepto de hacer y padecer, cuya idea básica es que los hombres mediante sus interacciones crean, construyen formas sociales que luego al independizarse actúan sobre sus propios creadores o contra ellos. Las creaciones humanas retroactúan a pesar de y en contra de sus creadores. G. Simmel, *Sociología. Investigaciones sobre las formas de socialización*, 2 Tomos, Madrid, 1977. *El individuo y la libertad*, Barcelona, 1986. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*, Barcelona, 1988. En general sus conceptos están desperdigados, en el conjunto de su obra.

queda en ella, sino lo trasciende. Va más allá de lo que planteaba el espíritu de ese entonces. Es uno de los pilares para desarrollar una sociología nueva, ahora que hay un cuestionamiento del presupuesto ontológico-epistemológico que sostuviera la sociología tradicional. Abre el camino para el paradigma cultural dominante hoy en la sociología. Es notable su trabajo pionero para una sociología de los sentimientos y las emociones.

Su producción intelectual, sus ensayos intersticiales entre micro y macro, también son notables, en una época donde rara vez se puntualizaba con claridad las diferencias y convergencia entre ambas. Tanto en esta relación entre macro y micro, como en sus estudios sobre las emociones sugiere que toda realidad es dual, contiene, por ejemplo, lo real físico, positivo, como también la representación que hacemos de ella. Es la Cosa y el aura que tenemos de la cosa. Sin esa aura no podría tener significación lo real. El último Durkheim de *Las formas elementales de la vida religiosa*, también desarrolla esta idea. Por eso, a diferencia de distintos estudios sobre él que lo ubican dentro de la perspectiva microsociológica (Frisby, 1984) es más correcto ubicarlo en el intersticio entre lo macro y lo micro.

1.5.2 La importancia de lo banal y los detalles en la sociología

Georg Simmel es uno de los primeros clásicos de la sociología y las ciencias sociales que otorgó importancia a lo minúsculo, a la realidad “*de escasa apariencia*”, aparentemente insignificante, en la comprensión de la realidad. En su ensayo *El problema de la sociología* señala que la sociología estudia los múltiples efectos recíprocos que a cada instante conforman la vida social. Aquellos fenómenos sociales en donde las energías recíprocas de los individuos en sus interacciones se han cristalizado en una unidad o forma social, en una organización objetiva: Estado, familia, constitución económica, amor, etc.; pero que aparte de los organismos visibles e imponentes, “existe un número inmenso de formas de relación y de acción entre los hombres, que, en casos particulares, parecen de mínima monta, pero que se ofrecen en cantidad incalculable y son los que producen la sociedad, tal como lo conocemos, intercalándose entre las formas más amplias, oficiales, por decirlo así. Limitarse a estas últimas sería imitar la antigua medicina interna, que se dedicaba exclusivamente a los grandes órganos bien determinados: corazón, hígado, pulmón,

estómago, etc., desdeñando los incontables tejidos que carecían de nombre popular o que eran desconocidos, pero sin los cuales jamás producirían un cuerpo vivo aquellos órganos mejor determinados. La vida real de la sociedad, tal como se presenta en la experiencia, no podría reconstruirse con sólo los organismos del género indicado, que constituyen los objetos tradicionales de la ciencia social” (Simmel, 1977: 29).

Este proceso microscópico constituye el verdadero acontecer que después se organiza en unidades macroscópicas. Es en este “*principio de las acciones infinitas e infinitamente pequeñas*”, en el que hay que fijarnos para comprender más profundamente la sociedad, así como su interrelación con los procesos y organizaciones macro.

La moda, considerada un hecho trivial y frívolo, no digna de ser estudiada desde la sociología convencional de su época, para Simmel es un tema clave para entender el espíritu de la modernidad: lo efímero, lo transitorio, lo contingente, la falta específica de fidelidad, lo banal que gobierna los sentidos. Se refiere al proceso de cambio permanentemente, a la sensación de cambio perpetuo que caracteriza el espíritu de la modernidad. Pero también la dualidad presente en ella: la moda iguala al mismo tiempo que diferencia a la gente y las clases sociales.¹⁷

Con Simmel la sociología creativa se vigoriza, toma un impulso mayor. Con él adquiere importancia lo trivial, lo mundano, aquello aparentemente intrascendente. Lo que no aparece en las grandes construcciones especulativas y sistemáticas, pero que en sí son reveladores de lo social. Los elementos anodinos de la existencia resultan ser elementos significativos y claves para descifrar el complejo social.

Al escribir sobre Simmel es inevitable hacer referencia a Walter Benjamin, con quien comparte historias de marginalidad semejante, así como perspectivas teóricas. Al igual que Simmel, Benjamin toma como punto de partida en el estudio de una realidad micro eventos, cosas cotidianas. Tomaba especial interés en los detalles, en el contenido elemental de las cosas. Pero no solamente toma en cuenta los detalles en los hechos cotidianos, sino que parte de objetos banales para explicar e interpretar la realidad, pues consideraba que son susceptibles de darnos la clave de lo que queremos descubrir.

¹⁷ Ver el desarrollo magistral de este tema en Simmel (1988) y Lipovetsky (1996).

1.5.3 Lo banal y las minucias en las pesquisas

Irving Goffman es otro sociólogo de lo banal y los detalles. Para él, los detalles son verdaderos, indiscutibles; el conjunto, lo arbitrario.

Como lo social penetra hasta lo más infinito de lo cotidiano, consiguientemente los gestos, las actitudes más simples son susceptibles de análisis sociológico al igual que las instituciones o los hechos sociales. Por eso, para él, la observación de los índices corporales es capital, y estos índices requieren una observación de detalles. Esto resulta fundamental por cuanto saca a la luz los aspectos menos evidentes de una cultura. Permite encontrar las particularidades, las singularidades de los hechos, sucesos o situaciones.

Para Goffman todo tiene sentido, los gestos, los vestidos, la mirada, la palabra. Por eso invita a tomar atención de todo: “Los que a veces llamamos gestos vacuos quizá sean, en realidad, los más plenos de todos” (Goffman, 1991).

Pero además observar los detalles es importante por cuanto permite ver lo constantemente emergente. Aquello nuevo que va apareciendo en el escenario social.

Hannah Arendt resulta sugerente al respecto. “No obstante, el pleno significado de las relaciones diarias no se revela en la vida cotidiana, sino en hechos no corrientes, de la misma manera que el significado de un periodo histórico sólo se muestra en los escasos acontecimientos que lo iluminan. La aplicación de la ley de grandes números y largos periodos a la política o a la historia significa nada menos que la voluntariosa destrucción de su propia materia, y es empresa desesperada buscar significado en la política o en la historia cuando todo lo que no es comportamiento cotidiano o tenencias automáticas se ha excluido como falto de importancia” (Arendt, 1996: 53).

Junto a las grandes obras de la cultura formal, estructural y seria existe una cultural, un imaginario de vida ordinaria: fantasías individuales, sueños, representaciones sociales, hechos no corrientes, es decir, dimensiones no racionales y no lógicas, que le dan textura a su significado. Lo banal tiene que ver con estas dimensiones y su eficacia en la estructura social.

¿Qué es lo banal?

Lo banal es lo trivial, lo común, lo insustancial. Aquello que carece de toda importancia (intrínseca o trascendental). Se identifica con lo superfluo, ligero, con aquello de poco interés, gravedad o seriedad.

Generalmente en una cultura moderna productivista y magnanimizante, lo banal se utiliza para designar lo vacío de la vida, aquello que ha perdido valor, importancia, significancia o nobleza y se ha vuelto ordinario.

Por eso es común escuchar que vivimos una época de banalización de la cultura. Lo banal como señal de decadencia. Pero lo banal también puede ser tomado desde otro sentido y cumplir una función noble.

Como lo banal es aquel aspecto ordinario y trivial de la cultura y la vida común; por lo mismo es aquello que puede escapar con facilidad al control social y las consideraciones del poder (el poder no sólo como un concepto político, teórico, académico, sino también cotidiano), y paradójicamente, de lo usual, de lo instituido. Resulta de utilidad en la investigación de aspectos sociales que la realidad estructural camufla, o bien, para estudiar hechos sociales que no se admite o se tornan invisibles, sea por causas conceptuales, culturales o del inconsciente (Maffesoli, 2003).

Un estudio desde esta perspectiva expresa la realidad a través de los objetos más cotidianos. Es que en el objeto se cristaliza una época, un momento cultural.

La importancia de lo banal, de lo trivial está presente en toda corriente crítica a la lógica del conocimiento racional y su método correspondiente, en términos de indicios, en términos de detalles. Por ejemplo, las distintas aventuras policiales de Sherlock Holmes, el gran detective creado por Conan Doyle, es una muestra notable de ello. Holmes para resolver los sucesos policiales misteriosos, que le son encargados, no lo hace focalizando su atención en los hechos más visibles, notables y obvios, sino en los detalles, en lo singular, en las cualidades secundarias, triviales, aparentemente insignificantes, que muchas veces pasan desapercibidas a la atención de aquellos acostumbrados a ver lo macro y pensar en lo obvio. Este procedimiento, supuestamente irrelevante, más de las veces contiene la clave de su solución. El detalle pequeño se hace importante. La minucia, con frecuencia, se hace núcleo de condensación. Así relacionando hechos, asociando conjeturas, construyendo hipótesis, descartando unos y “fortaleciendo” otras, logra construir una comprensión, un sentido, una expresión. Hay en esta *episte* un cuestionamiento a la ley de la causalidad típica de las

ciencias nomotéticas. Este procedimiento de relacionar unos datos significativos con otros para armar suposiciones, conjeturas y refutaciones, mediante aproximaciones probables, es lo que se llama abducción. Que en los términos de Pierce "... depende de nuestra esperanza de adivinar tarde o temprano, las condiciones bajo las cuales aparecerá un tipo determinado de fenómeno" (Eco y Sebeok, 1989: 20). La abducción es uno de los procedimientos de razonamiento inferencial que consiste en la adopción provisional de una inferencia explicativa, sin ser esclavo de premisas, confiando en la razón pero más en la intuición y la probabilidad. Por consiguiente un cuestionamiento de la ley causal. Es un tercer procedimiento lógico distinto a la inducción y la deducción. Una tercera lógica del pensar pocas veces considerados en la sociología y las ciencias sociales.

En *El nombre de la rosa* (1993), novela de Umberto Eco, ambientada en el Medioevo europeo, se suceden una serie de asesinatos en una abadía de finales de 1327. Para resolver el misterio de estas muertes se solicita la colaboración de Fray Guillermo de Baskerville. Su asistente Adso de Melk es el que narra la historia de su maestro. En las primeras páginas de esta novela podemos encontrar el espíritu de lo que es una investigación basada en los indicios, en los detalles aparentemente irrelevantes. Veamos. Cuando con sus mulos, nuestros personajes, subían trabajosamente los últimos repliegues de la montaña, antes de llegar a la abadía, surgió un grupo de agitados monjes y servidores dándoles la bienvenida, con el cillerero de la abadía a la cabeza. Fray Guillermo le agradece cordialmente diciéndole: "y aprecio aún más vuestra cortesía porque para saludarme habéis interrumpido la persecución. Pero no temáis el caballo ha pasado por aquí y ha tomado el sendero de la derecha. No podrá ir muy lejos, porque al llegar al estercolero tendrá que detenerse. Es demasiado inteligente para arrojarse por la pendiente... -¿Cuándo lo habéis visto? - preguntó el cillerero. -¿Verlo? No lo hemos visto, ¿verdad, Adso? -dijo Guillermo volviéndose hacia él con expresión divertida-, Pero si buscáis a Brunelo, el animal sólo puede estar donde yo os he dicho" (Eco, 1993: 21-22). El cillerero mira sorprendido a Guillermo por saber todas las características del animal, incluso su nombre, sin haberlo visto, agregando además que es el caballo preferido del abad. Los hombres fueron en busca del animal por el camino señalado y encontraron jubilosos a Brunelo. El sorprendido Adso le pregunta a su maestro cómo pudo saber todo el asunto alrededor del caballo. Contesta

diciéndole que durante el camino se fijó en unas marcas en la nieve aún frescas, y vio huellas de cascos y haciendo relaciones supuso que era de un caballo. En cierta altura las ramas estaban rotas y en las matas de zarzamora algunas crines largas y muy negras. Y el nombre, lo dedujo por la cantidad de hombres en búsqueda del caballo, por lo que supuso que era hermoso e importante el animal.

De este modo, muestra a su ayudante Adso la eficacia de la observación, pero de no cualquier observación, sino aquella focalizada en las minucias, en las huellas por la que el mundo nos habla, para luego pasar a relacionar, atar signos con una dosis de certeza y otra dosis de adivinanza: abducción.

En las ciencias sociales, como la antropología o la etnología, y particularmente en la historia, hay una tradición interesante. Carlo Ginzburg es el que mejor aplica este procedimiento para sus investigaciones microhistóricas, convencido de la insuficiencia de ciertos aspectos de la metodología histórica tradicional. En *El juez y el historiador* (1993) se puede encontrar el uso de este tipo de este procedimiento. Pero sobre todo en su célebre libro *El queso y los gusanos* (2000).

Este libro narra la historia de un molinero friulano llamado Domenico Scandella, más conocido como Menocchio, que murió en la hoguera en el siglo XVI después del juicio realizado por el Santo Oficio. Se pregunta: ¿Cómo entender la cultura popular o la cultura de las clases subalternas, cuando hay escasos testimonios sobre sus comportamientos y actitudes? Este es “el primer obstáculo, aunque no el único, con que tropiezan las investigaciones históricas” como señala en el prefacio de su obra (Ginzburg, 2000: 9). En los expedientes de los dos procesos que se le sigue a Menocchio es posible encontrar “un elocuente panorama de sus ideas y sentimientos, de sus fantasías y aspiraciones”, así como las informaciones sobre sus actividades económicas, la lista de sus lecturas, permitiendo reconstruir su cultura, la cultura popular de la época, pero sobre todo la manera particular como concibe el mundo. Ese mundo en que Dios se produjo como todas las cosas de este mundo, de lo imperfecto a perfecto. Los ángeles surgen de la perfecta sustancia del mundo a semejanza de un queso en el que se producen gusanos. Y Dios es el caos creador. La cosmogonía que explica Menocchio mediante metáforas cotidianas rechaza atribuir la creación del mundo a la divinidad y sugiere que el mundo, surge del queso, los gusanos-

ángeles, nacidos del queso. En Menocchio encontramos una concepción materialista del mundo; asombra que tenga esta concepción en el siglo XVI, asombra también la manera cómo interpreta sus lecturas de la Biblia y su percepción del mundo. Ginzburg, para dar una explicación de este hecho histórico, analiza los testimonios del juicio y en ellos los datos aparentemente irrelevantes, minucias y metáforas para luego articularlos con los hechos estructurales de la época. La libertad de pensar de Menocchio de cierto modo estaba relacionada a la reforma protestante que daba la posibilidad de dar sus propias interpretaciones de las sagradas escrituras. La difusión de la escritura mediante la imprenta cumplió un papel importante en el paso de una cultura ágrafa a una lectora. La singular interpretación de sus lecturas en Menocchio tiene que ver con estos hechos.

Más allá de señalar detalles de la obra, lo que pretendo es resaltar la importancia del método de los indicios que utiliza el autor cuando existen obstáculos por la escasez de los testimonios sobre un hecho histórico social¹⁸.

¹⁸ Los indicios, como elemento útil para desentrañar lo oculto, son un método de pesquisa que además de los estudios culturales puede y debe aplicarse en el análisis de los hechos políticos de coyuntura. Los indicios son señales que permiten el primer encuentro con los datos que posteriormente nos llevará a resolver o dar una respuesta al asunto en cuestión. Son señales reveladoras que no es posible ocultar o contener su aparición. Por ejemplo, la famosa patada de Alan García al ciudadano Lora en una marcha de protesta callejera ante la presencia del público y los medios de comunicación, es revelador de su personalidad más profunda. En Fujimori hay muchos indicios, pero una de las primeras pistas de lo que él es, está encerrado en una de sus frases de campaña en 1990: “No soy ningún caído del palto”, además de mostrar sonriente una yuca al estilo samurai. En Toledo la frase que le atribuye uno de sus cómplices en la supuesta falsificación de firmas “Yo lo que necesito es gente pendeja”, tiene la misma función. Leídos indiciariamente estos datos banales, permite acceder a conocer lo real de la relación que estos políticos tienen con el pueblo y sus intenciones no confesadas en el ejercicio del poder. En el primer caso, si partimos de la idea de que una ideología se materializa en algo concreto, la patada de quien dice defender al pueblo, pero que patea en el trasero a un hombre concreto y viviente del pueblo, con problemas de salud y desempleo además, revela lo que es en realidad el personaje y el sentido de su actuación en el escenario político. La idea “la práctica es criterio de verdad” proveniente de la tradición maoísta no tiene aquí sino una de sus mayores verdades. Así sus discursos sobre la democracia, la preocupación por los pobres, se nos revela como simple retórica. En Alan García todo es actuación, podría decirse incluso excesiva actuación por lo que es de suponer que también lo sea en la intimidad. Como político sabe que la actuación política es actuación escenográfica y aun más en público, entonces, ¿qué pulsiones lo obligaron a patear el trasero del pobre hombre de referencia en una marcha pública, delante de prensa y cámaras de televisión, a sabiendas que los ojos del público estaban puestos en él? Recordemos que por primera vez el Partido Aprista con su líder a la cabeza marchaban desde su local institucional de la Av. Alfonso Ugarte hacia la Plaza 2 de Mayo, en señal de apoyo a la concentración obrera de la CGTP organización gremial bajo control comunista, que se realizaba en ese lugar. Indudablemente ese algo, es algo que no puede controlar su yo. Es algo que lo rebasa.

La pista explicativa nos puede dar el psicoanálisis. Nos encontramos ante la acción del inconsciente. El inconsciente buscar exteriorizarse y por ello busca los momentos de descuido del yo. Zizek señala que el inconsciente también está afuera, al igual que la ideología (Zizek, 1999). Es de suponer que aquello que activó el exabrupto fue la acción del humilde hombre, de ponerse delante de él, tratando de abrirle el paso, y así ganarse “alguieto” en el futuro. Haberse puesto primero que él, taparle la exhibición frente al gran público, las cámaras de TV, los fotógrafos y su filmador personal. Lo que lo activa negativamente, justo, es aquello que motiva su actuación positiva en la política. Nos da señales de una personalidad que se considera el

Además hay algunas otras especialidades que toman este método como parte sustancial de sus disciplinas. Una de ellas es la criminología, la crítica de arte, la medicina, el psicoanálisis. Freud fue uno de los primeros en admirar y reconocer la influencia del método de Morelli (Iván Lermolieff, su verdadero nombre), quien para distinguir las obras de pintura imitadas de las verdaderas decía, hay que abandonar el método habitual de concentrarse en las características más obvias de las pinturas, ya que éstas son las más fáciles de imitar, y enfocarse, en cambio, en los detalles menores, especialmente en los menos significativos. El joven Freud, todavía alejado del psicoanálisis, toma su propuesta de método interpretativo “que se basa en considerar los detalles marginales e irrelevantes como indicios reveladores. Un método donde detalles hasta entonces considerados por todo el mundo como triviales y carentes de importancia, “indignos de ser advertidos”, proporcionan la clave para acceder a los productos más elevados del espíritu humano” (Ginzburg, 1989; 123). Pero lo más sugerente para Freud es que en esos detalles se puede apreciar, conocer; que el individuo escapa de la subordinación a las tradiciones culturales dominantes y se manifiesta como ser singular. Hay una vinculación de la parte más íntima del individuo con elementos sustraídos al control de la conciencia. A estos detalles Freud posteriormente denominará síntomas. Y el psicoanálisis se desarrollará con ese método básicamente. Uno de los trabajos reveladores de esa época de adopción del método de los indicios es su ensayo *El Moisés de Miguel Ángel*.

El método indiciario considera los detalles marginales e irrelevantes como indicios reveladores. Estos detalles minúsculos proporcionan la clave para acceder a una realidad más profunda, inaccesible por otros métodos (Ginzburg, 1989: 124). Es un tipo de saber particular que no corresponde con los patrones convencionales del conocimiento científico. Se trata de un saber que comienza interpretando los síntomas singulares, es decir, un saber

demiurgo, el principio y el fin de su Partido. El salvador. El sol, del cual todos los otros son sus satélites. Este lado oscuro de él siempre ha estado presente a plena luz y eso lo saben mejor sus más cercanos colaboradores, favorecidos o desfavorecidos por sus decisiones políticas y personales. El inconsciente está expuesto, no oculto.

Lo de Fujimori es historia ya conocida. El hecho de no poder comprobar fácilmente sus fechorías y las artimañas utilizadas en su proceso de extracción y juicio, tiene harta relación con su frase antes señalada. El pueblo que casi siempre es más perspicaz que el mundo académico, lo ha simbolizado con la figura de la rata. Lo que es “yuca” en él, para el pueblo es ratería. (*Fujirata* lo llaman)

de lo individual y como tal se opone al ideal galileano de leyes como en las ciencias de antes. Esto es algo que es necesario puntualizar.

La importancia de lo banal, de lo anodino, del detalle está en que posibilita conocer la singularidad de las cosas. Esto es lo que los diferencia de otras vías de conocimiento. Ginzburg, Holmes, Freud, Morelli, Pierce o Simmel los utiliza como método porque a través de ella es posible descubrir lo genuino que suele ocultarse en rasgos minúsculos. El edificio, el sistema, la estructura se contempla como un órgano, pero no por ello deja de ser construcción celular, cuya especificidad puede hallarse a través de huellas, tejidos. Así llegamos a la conocida idea de Gurvich: podemos conocer lo macro a través de lo micro y viceversa.

En todo caso lo que queremos es puntualizar la idea de la utilidad de lo banal, de lo trivial, de lo aparentemente insignificante, para encontrar las explicaciones singulares del mundo social. Y ser vías de acceso a ciertas realidades que no se puede capturar de otro modo.¹⁹

¹⁹ En la captura de la realidad social no es suficiente concentrarse en la característica más obvia de los hechos, sino también en los detalles menores, en especial en lo aparentemente menos significativos; en las emociones y en la fantasía. Hay momentos, circunstancias en que se debe adoptar posturas metodológicas singulares, distintas a los demás para sacar a luz ciertos aspectos de la realidad que de otro modo seguirían inadvertidos. Hay hechos sociales que puede visualizarse en su real dimensión objetiva mirándolo de frente, pero hay otros hechos que no pueden ser vistos de ese modo. Mirar al sesgo puede ser útil. Mirar al sesgo es un procedimiento metodológico, una estrategia, un enfoque para captar aquella realidad que no se deja capturar mirando de frente.

También existen otras formas de capturar el sentido de las cosas. Dentro de ellas está la visión de paralaje. O el enfoque apofático, es decir, un acercarse a las cosas mediante rodeos “consciente de que cada cosa es, siempre, más o menos algo distinto de lo que parece ser, o de lo que se quisiera que fuese” (Maffesoli, 2004: 13). Contrario a las evidencias científicas o las opiniones simples.

PARTE II

AVISOS DE SERVICIOS SEXUALES, FANTASÍAS Y TIEMPOS CULTURALES

CAPÍTULO 2

SEXO EN LA CIUDAD Y AVISOS DE SERVICIOS SEXUALES

2.1 LA EMERGENCIA DE LA SENSUALIDAD Y EL EROTISMO

El Perú, en los últimos 40 años, ha experimentado cambios profundos en distintos aspectos²⁰. El país es otro en todos los terrenos. Lo mismo pasa en el terreno de la sexualidad.²¹

²⁰ Cambios en el sistema de normas y valores que rigen las relaciones entre los estratos sociales, la familia, los sexos, las personas, entre las autoridades y subordinados; es decir en los principios que regulan la vida social, afectiva y sexual. Hay un arreglo social básicamente moderno que cambia la visión de la realidad propia de la mentalidad tradicional. La tecnología electrónica, la tecnología informática abre zonas en la mente que no pueden comprenderse según criterios usuales. El sistema político ha pasado por diversas experiencias políticas en poco tiempo: el populismo, reformismo militar, aprismo, neoliberalismo, en medio del apogeo y el ocaso de la izquierda revolucionaria basada en la ideología marxista.

En el terreno económico se ha pasado de un modelo de desarrollo hacia dentro a una política económica básicamente de libre mercado: neoliberal, que entre otras cosas ha desestructurado el modelo de organización tradicional de los sindicatos obreros y la vida en la ciudad.

Los nuevos grupos de poder no cuajan contornos definidos y concretos, en comparación a los anteriores. Una señal pequeña. Vladimiro Montesino Torres, un asesor de inteligencia del gobierno de Fujimori, que no representa un grupo de poder económico visible, recibe en la famosa salita del SIN la visita del hombre más poderoso del país y no al revés, como solía suceder en la República Aristocrática de antaño.

La urbanización de la ciudad se ha acelerado. La población mayoritaria de la ciudad de Lima está conformada por los migrantes y sus hijos, los nuevos limeños, cambiando su configuración física y cultural. Han aparecido nuevas urbanizaciones para ricos y pobres. Geográficamente la ciudad de Lima, ya no es solo “el centro”, ni ahí están asentados las familias poderosas como antes. Ha sido tomada básicamente por los nuevos limeños. Se ha extendido a todos sus lados, fundándose poblaciones prósperas y pujantes habitadas por los mismos, como por ejemplo Lima Norte. Lo mismo acontece con los ruidos y los olores. Han cambiado los gustos, la estética, los hábitos y costumbres en todas las dimensiones de la actividad. En la comida, en el arte, en la música. Las melodías musicales tradicionales, como el huayno antes sólo escuchado en guetos andinos, hoy se ha familiarizado en el público al modificarse incorporando instrumentos musicales de otras culturas que le da mayor fuerza y sonido. Ahora los fenómenos musicales son el huayno con arpa, el huayno-balada y el reggaeton y su baile el perreo, la tecnocumbia, el rock. Los cantantes vernaculares tradicionales no tienen la capacidad de convocatoria que tienen las nuevas divas musicales del folclore. El entierro de la Pastorita Huaracina, cantante representativa del gusto musical de los 50-70, no fue tan multitudinario como se esperaba, no obstante su fama y el papel que cumplió en la legitimación de esa expresión musical de los andes en esos años. Los proyectos políticos colectivos y de transformación han devenido en proyectos más de tribus. El sistema político basado en partidos y la democracia, en muy poco tiempo, ha pasado a ser uno de los más cuestionados, junto a la falta de legitimidad de otros poderes fundamentales del Estado.

Algo nuevo va pasando en la vida cotidiana de los cuarteles con la incorporación de la mujer en sus filas. Más aún ahora que una mujer ha ingresado en el primer lugar a una escuela militar y va a tener mando sobre sus compañeros, hombres y mujeres de promoción y posteriormente sobre un grupo cada vez mayor.

Algo nuevo va pasando con el proceso de cholicación de las principales actividades e instituciones del país. Todo se masifica y trivializa; la conducción de los programas familiares en la TV, ya no están a cargo de personajes notables de la animación televisiva como antes, sino por los exponentes más corrientes de la cultura de masas. Una serie de televisión que trata sobre la vida de una exitosa cantante vernacular de ahora,

La sensibilidad sexual y amorosa ha cambiado en la ciudad. Lo que antes estaba oculto hoy se muestra, lo que antes era casi exclusivo de la noche hoy es parte del día. Lo que antes era tabú hoy se presenta como normal. Lo que era subrepticio y simulado hoy es explícito y abierto. Lo que antes se callaba, hoy se manifiesta. Lo que era difícilmente accesible, hoy es fácilmente alcanzable.

Vivimos una etapa de grandes cambios, donde lo del sexo es una de sus expresiones aparentemente insignificantes, pero en realidad es uno de los temas centrales para la caracterización de las formas modernas/posmodernas de vida. La sexualidad comienza a constituirse en uno de los eslabones más importantes en la socialización de los sujetos de hoy, en lo que a derechos al goce, al placer y las opciones se refieren (Gilligan, 2002), así como en las relaciones interhumanas de díada, inclusive de tríada, en los términos de Von Wiese (1993) y George Simmel (1986). El mayor cambio en el terreno de la sexualidad, en estos últimos 15 años, es su visibilización, democratización y mayor erotización.

Veamos alguna de esas manifestaciones en la existencia cotidiana, en el fluir del día a día.

La presencia del sexo en la ciudad y en los medios es notable. En la prensa escrita, han aumentado las publicaciones relativas al sexo, aparte de los numerosos anuncios de ofertas sexuales, sobre todo en los llamados periódicos “chicha”, aparecidos en los últimos 20 años.

Los quioscos de venta de periódicos exhiben portadas de diarios populares, en las que aparecen cuerpos de vedettes semidesnudas mostrando sonrientes las sensuales protuberancias de su anatomía (sobre todo el trasero) en posturas provocativas. Los quioscos ubicados en el centro de Lima se pueblan de diversos tipos y formatos de revistas,

ha suscitado la atención de los de arriba y de los de abajo. Lo mismo ha pasado con un cantante “chichero” ya fallecido, que antes solo suscitaba la atención de sus seguidores de los cerros limeños. La cultura de la calle, incluido su lenguaje, ha penetrado en los medios de comunicación, desplazando el hablar culto y las maneras ilustradas de comportamiento. El país, la sociedad, la ciudad y sus hombres y mujeres se han transformado, sobre todo en los últimos 30 años.

Esto sin referirnos al proceso de reestructuración del poder económico y político mundial, que afecta sobre todo a Occidente.

²¹ Hay un conjunto de hechos que prueban esta aseveración. El más notable es la proliferación de hostales, como espacio para la consumación de un amor y sexualidad fuera de la institucionalizada. Una expresión del nomadismo sexual, que va creciendo tanto en hombres y mujeres de la ciudad, sobre todo en parejas heterosexuales. Puede decirse que el amor y sexualidad de nuestra época es amor y sexualidad de hostel, en el orden de lo real y metafórico.

CD y comic eróticos-pornográficos que exhiben abiertamente materiales considerados para adultos (los llamativos *hentai*).²²

De las revistas tradicionales de desnudo como *Playboy*, se ha pasado a revistas de corte menos sofisticado, pero más desinhibidamente libidinal. Igualmente los semanarios cómicos sexuales, de corte popular, que últimamente han aparecido, en sus carátulas muestran mujeres desnudas de cuerpos sensuales, mostrando las posaderas pornográficamente, y cuyo contenido son historias eróticas elaboradas para el consumo popular. Todos a precios accesibles.

Los puestos de venta de periódicos y revistas que continúan exhibiendo revistas con las características de *Vanidades* y *Cosmopolitan*, consideradas serias y recatadas, para el consumo familiar, se reducen a calles de las zonas residenciales de clase media-media y alta, en las cuales no se encuentran esos materiales obscenos al que nos hemos referido antes, como si los hay en los quioscos del centro de Lima.

En las calles del centro de la ciudad se reparten diariamente volantes de colores relativos al sexo. Unos son de los bazares del sexo, con promesa de optimizar el placer sexual mediante artefactos sexuales, tónicos, cápsulas y reconstituyentes. Prometen vigor sexual a los hombres y también un “miembro viril grande, grueso, vigoroso”, transformándolos de comunes y simples en “un hombre poderoso” mediante el consumo del producto especial en venta. Otros volantes ofrecen diversos servicios sexuales. (Casas de cita, night club, cabinas individuales para ver desnudos femeninos reales, otros en videos triple x, además de los servicios de relax).

La televisión local, hace siete años atrás, tuvo en programación series de corte abiertamente erótico con un gran éxito (*La presencia de Anita*, *Latin lover*, *Hilda Huracán*, entre otros). Esto además de las películas de contenido erótico que se transmiten con frecuencia en la televisión o proyectan en los cines. Algunas empresas alquilaron espacios en la televisión

²² Aquí consignamos algunas de las publicaciones tipo revista *sólo para adultos* que se exhiben en quioscos o circulan en el Cercado de Lima en los últimos años, no así en otros distritos: Kaira, Gatita, Cirque, Virgin Dolls, Heny, Yada, Love Hina, Evangelion Hentai, Vírgenes, Cueros, Cheri, Justis, Hot Couples, Hustler, SC, Swack, High Society, Velvet, Cudales, Pretty, Woman, Playboy popular, todos de corte popular, además de Playboy. Junto a estos materiales es visible la exhibición de Videos XXX, Hot PC, Hot CD. Las revistas

en horario de medianoche, para ofrecer aventuras sexuales (el caso de Bikinis producciones en Red Global) mostrando cuerpos femeninos desnudos y semidesnudos en movimiento sensuales. Esto varió. Se impuso un perverso código de censura “blanca” en la televisión contra este tipo de materiales.

Esta ola sensual y erótica ha invadido, inclusive, algunos programas de folclore en la televisión, considerado una de las expresiones artísticas más comedidas y tradicionales. Ahora en sus presentaciones han incorporado una coreografía de 2 o 3 bailarinas, con ropas muy ligeras, minipolleras, que muestran sus glúteos mientras bailan un huayno estilizado.

Los programas cómicos en la televisión abusan en el uso del cuerpo femenino bello y juvenil cubiertos con diminutas ropas, realizando posturas sexuales sugestivas. Inclusive, muchas veces se llega a lo obsceno y vulgar, sólo con el propósito de ganar sintonía erotizando al público masculino.

Las danzas juveniles tampoco están libres de esta tendencia. El *perreo* es un baile de moda que consiste en la simulación de una relación sexual de hombre y mujer en público al ritmo de la música llamada *reggaeton*. Baile preferido de adolescentes y jóvenes de los sectores populares de la ciudad, sobre todo en sus inicios; que en tan poco tiempo se ha extendido a todos los sectores sociales juveniles. Lo mismo pasa con algunos locales. Las *perrotecas*, salones de baile donde los adolescentes y jóvenes de los sectores populares, bailan el *reggaeton* al ritmo del *perreo*, son un lleno total. Han aumentado los night club y *barras de a sol*, a cada paso en el centro de la ciudad, al que concurren los varones adultos para ver show de mujeres desnudas. Las prostitutas callejeras que antes ofertaban sus cuerpos en la penumbra de la noche, desde cierto tiempo atrás lo hacen a plena luz del día, tomando literalmente algunas calles²³, contribuyendo a ese collage de cuerpos semidesnudos sensuales que cargan de energía libidinal la ciudad y sus arterias. Lo mismo pasa con el vestir femenino juvenil, obstinados en mostrar cada vez una mayor proporción desnuda de su cuerpo o bien ropas sugerentes que muestran sus cuerpos voluptuosos.

clásicas como Vanidades, Teen, Cosmopolitan, Tú, languidecen como compañía a su lado. Hace una década atrás eran las protagonistas y satisfacían el gusto del público.

²³ La mayor paradoja que ha producido este tipo de crecimiento de la prostitución en la ciudad de Lima, es el hecho de que las prostitutas y travestis hayan tomado la calle que lleva el nombre del primer hombre que presentara una propuesta de reglamentación de la prostitución en la ciudad, en 1907, por encargo del gobierno de ese entonces. Se trata del jirón Dávalos y Lisson ubicado en el Cercado de Lima.

Ha cambiando la composición de imágenes cotidianas de la ciudad. Se han erotizado sus calles. (Los avisos de bebidas espirituosas que exhiben en sus propagandas bellas mujeres semidesnudas en posturas sensuales mostrando el rostro, los senos y las nalgas, aumentan esa sensación). No es casual que en este cuadro voluptuoso y transgresor, los volantes sobre servicios sexuales, así como de los bazares del sexo, hayan comenzado a difundirse, a repartirse, primero en las calles del centro de la ciudad para luego pasar a la prensa escrita y posteriormente a Internet. Centro de la ciudad: espacio urbano abreviado del país, en el que discurren, se encuentran, rozan, diversidad de individuos cercanos y extraños entre sí; personas que se confunden, pero al mismo tiempo que circulan, van echando raíces en ella. Van siendo ellas mismas y otras a la vez. “La posibilidad de vivir la multiplicidad de los seres que la habitan, es decir, la posibilidad de estar, al mismo tiempo aquí y en otra parte” (Maffesoli, 2004).

En este espacio de la ciudad es donde se van configurando y expresando nuevos tipos de nómades, que van de un sitio a otro, no sólo en el sentido físico, como cuando meramente transitan, sino en el orden simbólico, como por ejemplo cuando se va de compras y usan estos espacios para exhibirse, espejarse, ver y ser vistos por otros; al mismo tiempo que van modifican su repertorio estético. Un “lococentrismo” opuesto al “egocentrismo” occidental, en el cual lo importante es el espacio, el lugar, con los valores que lo acompañan.

Las calles en la ciudad evocan efervescencia y vitalidad. Las calles, como el del centro de la ciudad, crean una colectividad dinámica en sus roces y encuentros pasajeros. Las calles expresan la característica de los que las transitan. Variando según sean los distritos y sus barrios. Hay calles solitarias como la soledad de las almas de sus habitantes y transeúntes. Hay calles comunitarias como su vecindad, los barrios. Hay calles de conglomerados, como las del centro de Lima que expresan adecuadamente la metáfora de la transitoriedad y el lococentrismo. Espacio del nomadismo de las personas, de los significados, de los símbolos, del vigor, del vitalismo, de las energías que destruyen y reconstruyen mitos urbanos. No por azar, el centro de la ciudad de Lima es el espacio donde se realizan los mítines, marchas, resistencias culturales, artísticas y simbólicas, como el lavado de la bandera o el muro de la vergüenza; hechos políticos transcendentales, como la marcha de

los Cuatro Suyos, que contribuyó decisivamente en la derrota de la dictadura corrupta de Fujimori y Montesinos. En las paredes de sus calles se escribieron durante esa jornada democrática los grafitis políticos más singulares producidos hasta ahora: directos, coprolálicos, atrevidos, que expresan más emociones de frustración y rabia que propuestas políticas. O también hechos aparentemente triviales, menos importantes, como las primeras ventas de preservativos realizadas en sus calles y esquinas a escondidas; o las primeras fotografías pornográficas al que accedía el pueblo que no podía comprar un *Playboy*, en los años 1970. Tampoco por azar los quioscos de venta de periódicos ubicados en sus arterias más populares hoy sean quienes exhiban la mayoría de las publicaciones (y anime) para adultos de carácter erótico y pornográfico, en impresos y CD, abiertamente. Espacio céntrico donde convive el mundo de los marginales (prostitutas, niños de la calle, ladronzuelos de poca monta) con los del mundo oficial al mismo tiempo, pero sin encontrarse (alcalde de la ciudad, presidente de la República, Congreso de la República, Defensoría del Pueblo, Ministerio de Economía, de Relaciones Exteriores, la Catedral, etc.).

Es en este ambiente y en estas calles donde aparecen los primeros volantes de anuncios de ofertas sexuales que posteriormente pasarán a publicarse en los diarios de circulación nacional. Es en estas calles donde, en medio de ajetreos, se realizan física u objetivamente el cruce de signos, significados y símbolos, también se producen similares procesos en el espíritu de las personas. Por consiguiente, se encuentran más propensos a consumir lo nuevo y a crear lo nuevo, a dar muestras de cosas nacientes y otras parecidas. Todo esto permite afirmar que los conglomerados resultan ser importantes para las formas en que se configuran los nuevos escenarios en la ciudad. Ésta nos marca al mismo tiempo que es marcada por nosotros.

Hay una nueva mentalidad sexual urbana emergiendo y un nuevo estilo de vida que va tomando forma: más vigorosa que las formas tradicionales de gestión de los comportamientos, de hacer política o los vericuetos económicos. Inclusive tan importante como las nuevas tecnologías sofisticadas. Desde esta perspectiva, el estudio de la sexualidad y las formas como se presente en los anuncios de ofertas sexuales que aparecen

en los diarios o se reparten como volante en las calles del centro de la ciudad, resultan sugerentes.

2.2 APARICIÓN E ITINERARIO DE LOS AVISOS DE SERVICIOS SEXUALES

Dentro de este contexto sociocultural singular, se desarrolla esta nueva modalidad de prostitución, que utiliza los medios modernos para la publicación de su servicio carnal “privatizado”, que no ocupa las veredas de las calles, ni están concentrados en locales públicos de prostitución, llamado burdeles.

El antecedente más próximo a las actuales propagandas referido al sexo se encuentra en la década del treinta. Un anuncio publicado en *El Comercio* de la época dice: “*Para obtener nuevo vigor SEXCRIN tónico glandular en tabletas. Inmejorable en el agotamiento sexual. De venta en las boticas*” (*El Comercio*, 1937).

Pero anuncios que ofertan servicios sexuales de prostitutas directamente, como las actuales, no tienen precedentes. Era obvio que fuera así, dado que vivíamos en una época bastante represiva contra la sexualidad de hombres y mujeres. Por consiguiente, esta práctica tenía que mantenerse lo más oculta e invisible posible.

Entre los años ochenta y noventa se transforman los modos como se representa la sexualidad en la ciudad. Se transforman las formas del amor sobre todo en los jóvenes. Se vuelven más autogestionarias. Las interacciones entre los géneros se vuelven más igualitarias. Los gustos y los usos de los espacios de la sexualidad se hacen más abiertos.

Al mismo tiempo, durante esa década, se transforma la presentación y representación de la sexualidad periférica de la prostitución. Aparecen los anuncios de ofertas sexuales como una nueva modalidad de ejercer la prostitución. Y paradójicamente en el diario más serio, tradicional y antiguo de todos: *El Comercio*.

Con la liberación de Eros y la mayor visibilización/democratización de la sexualidad, el espacio de la sexualidad periférica aparece disputando de manera desenfadada a la alcoba de pareja su exclusividad en la vida sexual. El espacio de la sexualidad humana ya no será sólo la alcoba, sino también los prostíbulos, las casas de cita, los moteles, los hostales y

últimamente los departamentos de prostitutas. Sin que unos sean la alternativa de los otros, sino coexistiendo como otras posibilidades.

Pero para el orden familiar institucionalizado, la sexualidad de alcoba aún aparece como la “única”. Única no sólo se refiere a Uno, a solo, sino también a la mejor. Aquí surge la duda sobre si la sexualidad de alcoba, de la pareja formal, es mejor o siempre la mejor. Desde el orden formal, los otros espacios no son tomados en cuenta, quieren ser ignorados, cuando no despreciados. El desprecio es olvido que no es olvido. Tiene que ver con la moralina vigente pero sobre todo porque interpela nuestras performances amoratorias con la pareja formal muchas veces ya rutinizada. O por el contrario, se racionaliza románticamente argumentando que el sexo hecho con amor es mejor. Argumento de Occidente y de género femenino que en el terreno de la realidad entra en cuestión, pues han emergido nuevas formas en la relación amorosa y en las relaciones sexuales de pareja que no están necesariamente acompañadas por el amor ni tampoco por la fidelidad. En ellas hombres y mujeres, pero sobre todo hombres, encuentran la posibilidad de realización de sus deseos más arcanos.

Como veremos en los capítulos siguientes, la competencia de este sexo periférico con el formal no se circunscribe sólo a la performance sexual, sino también al tipo de trato de pareja.

De lo insinuante a lo explícito

En 1980, en *El Comercio*, aparecen unos anuncios que ofertan servicios sexuales. Sus mensajes están aún codificados. Su lenguaje no es directo como ahora, sino insinuante. La entrada es, servicio de masaje para caballeros. Tampoco cuentan con una sección especial, como hoy (Relax). Aparecen confundidos, mezclados con anuncios de ofertas de empleo de diversos tipos (Sección 17.- Profesionales y Empleos. Ofrecidos).

Por ejemplo, el 4 de enero de 1980, en la referida sección 17 hay 15 avisos de empleo. De estos, 9 son avisos que ofrecen servicio de masajes. De una lectura atenta de los avisos sólo dos son las más alusivas al servicio sexual: “*Masajes para empresarios, ejecutivos, atienden jovencitas. Obesidad, circulación, cansancio. Teléfono 467292*”, “*Damas relax*

modelación Santander 186, Dpto. 101 Miraflores altura 39 av., Arequipa de 1 a 8 pm. Teléfono 475241". Y no son tan claras. Para muchos estos textos no dicen nada. En realidad descontextualizados no dicen nada, pero ubicados en el contexto de la página, los vocabularios y los tiempos culturales, sí. En todo caso, la misma duda sobre si es servicio sexual o no, es prueba del tipo de tránsito de lo oculto a lo visible del sexo en la ciudad, y de cómo la sensualidad y el erotismo va preparando su emergencia pública.

Eran tiempos en que todos los avisos económicos de *El Comercio* sólo cubrían tres páginas. Hoy cuenta con un suplemento especial de los domingos que llega a 80 páginas o más, en donde aparecen aproximadamente 200 avisos de servicios sexuales.

Por el año 1990, en *El Comercio*, comienzan a publicarse avisos clasificados donde se ofrecen servicios sexuales de damas y en algunos casos de varones de manera más directa. Su tenor es más claro que el de los avisos de hace una década atrás pero aún subrepticio, moderado y sinuoso: "AAAAAA. Señoritas atienden ejecutivos y turistas domicilio teléfono 701034", "12 AAAAAA. Señoritas atención exclusiva Av. Benavides 288 119 Miraflores necesito chicas urgente de 18 años", "Estética Venus ofrece exclusivos servicios de primera con señoritas profesionales ven y compara. Arenales 395 Of 501", "AAAAA Atención esmerada personal de primera Jr. Grau Nro. 386 Alt. 37 Av. Brasil voltear esquina Botica Venus" (*El Comercio*, enero 1990). La propuesta de servicios sexuales no es tan directa., ni abunda la descripción de las bondades corporales y sus características. No evidencian el oficio claramente. El disfraz más usual sigue siendo ofrecer servicios de kinesiología, masajes o estética.

El lenguaje de oferta sexual evoluciona hasta llegar a ser cada vez más explícito en su propuesta. El debilitamiento de los aparatos del control de la sexualidad, la sexualización del comercio y los negocios, y la liberación moderna del espíritu de estos tiempos han contribuido a ese cambio. El formato que utilizan para seducir clientes se hace más llamativo, además de pasar a ser personalizado: "Debora bellísima universitaria (20) Castañita r/angelical. ¡¡Amorosa!! C/departamento, Hoteles. T.799-0996, C.9900-5290", "Atractivas Sras. Guapas, sensuales, exuberantes, b/medidas, trato d/pareja, c/departamento, T.791-3072", "Ariana Belleza Limeña 18 a. Blanca 1.68, Escultural

complace a/caballeros exigentes \$50 Residencia Hoteles C.96389438” (El Comercio, 2005).

El tránsito del primer tipo de aviso al tercero es interesante no sólo por el uso de un lenguaje seductor en el placer, sino porque aparecen los valores estéticos propio de estos tiempos: la belleza, la delgadez, la sensualidad, la blanquedad de la piel. Es decir los valores culturales de la época y de nuestra cultura que goza de mayor preferencia y provoca nuestro erotismo, a partir del cual se establecen diversas formas de interacción, sea de aproximación o de lejanía.

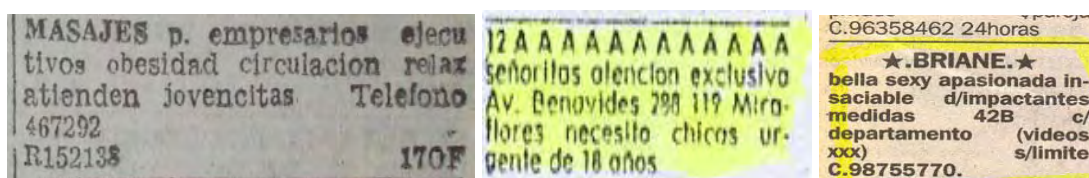


Figura 1.- *El Comercio* año 1980. *El Comercio* año 1990. *El Comercio* año 2004.

En la década de los noventa hay un vuelco en la expresividad sexual. Aparecen varios diarios populares, de colores, en formato más ligero, breve, con un lenguaje de la calle en sus páginas, y sobre todo con titulares llamativos, exhibicionista, donde los cuerpos semidesnudos de las vedettes, en las portadas, tienen un protagonismo visual. Posteriormente, aparecen los diarios deportivos. Son los llamados diarios populares, de colores o “chichas”. Estos son los nuevos espacios en donde aparecerán estos avisos de ofertas sexuales con características distintas al de *El Comercio*. Por su propia naturaleza, marcado por el público objetivo al que están dirigidos, su presentación y contenido son más abiertos, explícitos, y por lo mismo sugestivo para el estudio. En sus inicios los anuncios se reducían sólo a textos escritos. En los últimos años más del 90% de estos avisos están acompañados de imágenes fotográficas de modelos femeninas semidesnudas. La incorporación de imágenes fotográficas ha sido progresiva como también los tipos de imágenes. Comenzaron mostrando sólo rostros bellos femeninos, luego la mitad del cuerpo para arriba. Hoy todo el cuerpo, sobre todo el trasero.

Cuando comenzamos el proceso de observación de este fenómeno, en el año 2000, el lenguaje de las ofertas en los diarios “chicha” era más comedido. Por eso escribimos en nuestro cuaderno de campo: “Si bien las ofertas sexuales no son tan abiertas y explícitas como por ejemplo en Europa, donde se señalan con detalle el tipo de servicios sexual ofrecido, o los atributos del cuerpo femenino ofertado, lo que en nuestro medio acontece ahora es un hecho novedoso. Si bien se comenzó con cierta timidez y astucia, de cierto modo se avanza cada vez más en la explicitación de las ofertas, aunque con ambivalencias. Por ejemplo en un diario popular aparece un aviso con el nombre de *Las Primas* que dice: “*También goza por la colita*”. Bastante innovador para ese entonces. Lenguaje figurado que evita referirse a las relaciones contranatura, de manera directa, pero que a la vez da a entender a qué se refiere. Estas reticencias y avances son señales del cambio que se quiere estudiar.”

En el momento en que escribimos esta tesis, el lenguaje y la mostración de las figuras femeninas que acompañan los anuncios son cada vez más directos con el propósito sexual de la oferta, sobre todo en los diarios dirigidos a los sectores populares. Mientras que en diarios cuyas propagandas de ofertas sexuales tiene como público objetivo a estratos sociales alto, si bien emplea un lenguaje sexual más explícitos y franco que antes, guarda la característica de ser más asépticas y morigeradas. “*Sandra. Finita, rubiecita de portada 20 años departamento San Borja T.93445301*” “*Bárbara. Charapita Inolvidable 22 añitos S/. 30 Rica Apretadita s/Especial T.798-3118 Lince*” (*El Comercio*, julio 2006). El proceso de la circularidad de las culturas, se observa cuando los diarios serios asimilan, incorporan las características de las propagandas propias de los diarios populares, y también viceversa.

La circularidad entre los elementos de las culturas populares e ilustradas es más notoria en el contenido de los avisos últimos que aparecen en los diarios, sobre todo en los que representan la cultura de elite, como *El Comercio*. Lo popular ha penetrado con facilidad dentro del mundo de los significados de la cultura de los de arriba. (Esto es visible en algunos avisos que incorporan el trato de pareja y cuerpos exuberantes gustos muy peculiares del mundo popular). Lo que afirma el mayor vitalismo de la cultura popular en nuestro país, en estos momentos.



Figura 2.- Diario *El Popular*, 2004.



Diario *Trome*, 2004.

Si tomamos la televisión local como otra muestra, veremos que los programas de mayor éxito son aquellos que han incorporado aspectos centrales de la cultura popular: los usos del lenguaje, el humor profano (muchas veces obsceno), el habla no culta, la chismografía, la banalización de los afectos, entre otros.

En cambio, la asimilación por parte de la cultura alta de las presentaciones y estética de la cultura popular es menor. Lo cual expresa un espíritu cerrado menos incluyente, más elitista.

Veamos el vigor de estos avisos en la prensa popular:

-“Valeria. Diablita de 19 años, juguetona y muy complaciente. C/Dpto. ¡Te espero para hacer diabluras papi! Ovalo Sta. Anita (KFC) Cdra. 6 y 7 de Ruiseñores 798-7627/99150711”

- “Mitsui Exuberante jovencita de 20 añitos. Superblanquita de inmensas caderas tipo vedette EX ACTRIZ PORNO S/ 50 x 1 hora. Telf. 799-3598 Fijo: con Dpto. Miraflores Necesito amiguitas”

- “Sra. Joven Colita Golosa S/Completo 24 horas Alt. Malecón Checa 793-6502” (Trome, 2005).

- “KATIUSKA. Servicio exclusivo de bellas y apasionadas modelitos A-1, full ardientes de colita... Insaciables, atiende a domicilio y hoteles. Necesito señoritas. 262-2109 . 262-0655. 9974/378”

- “Chibolitas (18 añitos) ma...mo..n..s. Altas, delgadas, pechitos rosaditos. ¡Dispuestas a todo! C/Dpto. cochera, hoteles....”. (Ajá, 2004).

- “Jenny. Insaciable... Señora fogosa atiende a caballeros exigentes sin apuros. TRATO DE PAREJA... Ven Compruébalo s/. 20.”

- “Golosas 2x1 Hermosas chicas, Ardientes, Sensuales de colita golosa. Trato de amante S. 20...”

-“Claudy Blanca Potoncita de hermosa figura supercomplaciente –c/dpto independiente Higiene y Privacidad – Lencería 10 am.-9 pm (No agencia) L-D S/. 30 c.9630-3194”

- “Ángela. ¡¡¡Calientate conmigo papito!!! Sra. Pechugona, Ardiente y Fogosa Atiende a Caballeros Exigentes Trato de Pareja. SE NECESITAN SEÑORITAS S/. 20” (El Chino 2005)

Otro cambio está referido a quiénes van dirigidas las ofertas sexuales. Están dirigidas generalmente de mujer a hombre, pero también hay de hombre a mujer y de hombre a hombre, dúos y tríos. Las formas como se realizan las propuestas van a la par con los cambios a los que nos referimos.

-“Atención, joven 25 atiende sólo a damas s/engaños. Ira. Sesión gratis c.99515597”

-“José Señor moreno activo 100% s/dotado ardiente, cariñoso brinda Relax caballeros pasivos”

-“Richard excelente presencia ofrece Relax sólo damas, parejas, matrimonios, tríos C.9640341 fantasías t/discreción”
(El Comercio, 2005)

A estas características cualitativas se debe sumar las cuantitativas. En los últimos años, ha aumentado la publicación de este tipo de avisos. De entre 9 y 14 anuncios diarios publicados en año 1990, se ha pasado a 150 y 200 avisos publicados un fin de semana en un diario de circulación nacional²⁴, en 2005. Pero no sólo ha aumentado el número de anuncios sino que se ha extendido. Ahora aparecen no sólo en un diario como antaño, sino en varios otros, ya sean populares o deportivos; además de aquellos que se volantean en las calles del centro de la ciudad.

Como consecuencia del aumento inusitado de la demanda para publicar estos anuncios de ofertas sexuales, algunos diarios han creado una nueva sección exclusivamente para este tipo de avisos; otros han aumentado el número de sus páginas para estos fines.

En los años ochenta, cuando los anuncios de servicios sexuales eran pocos, y su lenguaje de publicidad era disimulado e indirecto, éstos aparecían en la Sección 17. “**Profesionales y**

²⁴ El diario utilizado para efectuar esta comparación es *El Comercio*, decano de los diarios de la ciudad de Lima, leído más por los sectores sociales altos y medios.

Empleados” Ofrecidos de *El Comercio* camuflados, entremezclados con anuncios de diversos profesionales. Hoy cuenta con una sección exclusiva. Debido a su gran demanda, desde marzo del 1999 se crea en *El Comercio*, una sección especial llamada **Relax. Ofrecidos** (403), para publicar exclusivamente este tipo de anuncios de servicios sexuales. En el formato que hoy vemos, y que se ha ido modificando constantemente para mejorar su presentación, no han sido todavía incorporadas las imágenes fotográficas.

Trome, un diario de orientación popular de la misma editora de *El Comercio*, que anuncia ofertas de servicios sexuales dirigidas a un público más amplio y diverso que el decano de la prensa, de lunes a sábado, cuenta con una sección llamada **Servicios Personales** (Al inicio se denominaba Servicios personales, amores, amarres y otros) y los domingos una sección **Relax** en su suplemento de clasificados “El Talán”. *El Comercio* y *Trome* son los diarios que publican mayor cantidad de anuncios, por eso cuentan con una sección especial para ello. En cambio, los otros diarios populares, en tanto su publicación es menor, los han agrupado en páginas del interior, sin darle una denominación específica.

En cuanto a su ritmo de publicación, estos avisos de servicios sexuales en los diarios tienen el ritmo de uso de los hostales, y otras actividades relacionadas al goce corporal. De lunes a martes la cantidad de avisos que se publican son pocas. Los miércoles comienzan a subir. Los viernes, sábados y domingos son más. Sobre todo, los domingos. Por ejemplo, en *El Comercio* los viernes y sábados aparecen más de 100 avisos, mientras que los domingos son un promedio de 200 avisos. Pero esto también comienza a variar. Por ejemplo, *Trome* del día 22 de agosto del 2005 publicó 133 avisos. En estas mudanzas rápidas y constantes se puede apreciar el dinamismo en los cambios que se están dando en la sexualidad, como si ésta hubiera estado contenida esperando un tiempo propicio para liberarse.

Un dato relevante a considerar es el hecho de que los anuncios de ofertas sexuales con esas características en su presentación y contenido, aparecieran primero en un diario centenario, tradicional y serio como *El Comercio*. Sobre la razón de su publicidad en ese diario, como posteriormente en otros, algunos lo reducen a causales económicas, a apetitos de ganancia. En verdad, ese supuesto resulta creíble, pues en realidad es un gran negocio; pero esa

lectura resulta trivial frente al gran significado socioantropológico que tiene la aparición de este tipo de ofertas de sexo periférico en un medio de comunicación masivo. Sobre todo si provenimos de una sociedad básicamente marcada por el falso puritanismo, del discurso sobre el sexo como pecado y el cuerpo como tentación que debe evitarse a toda costa, que elogia el amor y el sexo sedentario, aunque en los hechos el comportamiento real sea contrario.

Es llamativo que este procedimiento comunicativo y el nuevo giro en la práctica de la prostitución clandestina comenzaran a darse en los sectores medios y altos, para que luego, a partir de esa legitimidad alcanzada, aparecieran en los diarios "chicha" para el consumo y disfrute visual de los hombres del sector popular, entre otros. Vivimos los atisbos de una cultura posmoderna en ciernes, donde el goce es altamente valorado, pero también de la permanencia de ciertos fantasmas culturales que nos acompañan desde épocas coloniales, como el racismo.

Los efectos de la globalización son claves aquí. Resulta suficiente ver la Internet para encontrar a escala mundial avisos de este tipo. El comercio sexual tiene una magnitud global, mundial. Sólo las características culturales locales hacen variar su tratamiento, su uso dentro de ese esquema general. Por lo mismo, importante para analizar las formas de interacción entre estos fenómenos de dentro y fuera; entre lo de dentro y lo de afuera.

En resumen, el itinerario público de los avisos de servicios sexuales no es sino el itinerario de afirmación de la sexualidad humana en los últimos 30 años. El primer tipo que aparece en la prensa asume una postura astuta, por cuanto los grupos de vigilancia social del sexo son aún fuertes y el espíritu libertario aún débil; es el momento de tránsito de una sociedad tradicional a otra moderna. En un segundo momento asumen una postura más sensata, insinúa pero no es explícito; es cuando hay una mayor apertura a la modernidad. Y finalmente, asumen una postura franca y lúdica cuando rebasan al poder de control de los grupos de vigilancia, y entramos a una cultura que estimula el goce, el placer, como sucede en las sociedades llamadas posmodernas, reflexivas o segunda modernidad.

2.3. ANUNCIOS LIBERTINOS Y CULTURA

En estas formas de literatura popular se encuentran una multitud de aspectos culturales y sociales conjuntamente a los deseos, hechos de luces y sombras. Para canalizar su comprensión tomamos como punto de partida la dimensión lúdica y fantástica presente en los textos, ahí se encuentran en estado casi fantástico los arquetipos de lo imaginario: aventuras, sueños, deseos, fantasías, amor, erotismo y las identidades socioculturales (graficado, por ejemplo, en el tipo de mujer que colma nuestra fantasía: blanca, bella, joven, alta, de cuerpo atractivo, de cabellos claros).

A diferencia de otros gráficos o literatura formal, estos impresos de carácter libertino, ponen en evidencia de manera abierta y franca los antagonismos y características que no se reconocen en diurnas formulaciones ideológicas, con relación al sexo, a la masculinidad, la raza, entre otras cuestiones (o lo que somos como individuo y colectividad), no obstante vivir una época donde el discurso de moda, marcado por el multiculturalismo y la interculturalidad, acepta la igualdad entre las culturas y razas diversas. “Somos menos racistas y tenemos más conciencia de nuestro mestizaje. Aun cuando nuestros aspectos conscientes e inconscientes quisieran que seamos más blancos. La sociedad ahora muestra que la exclusión por color de piel o estrato social es reprochable”, dice un discurso de sentido común que se propala en los medios de comunicación (*Perú 21*, 2005). En estos tiempos no podía ser de otro modo. El racismo excluyente tiene que negar que existe el racismo para legitimar su discurso racista, bajo un nuevo lenguaje. “El racismo actual es precisamente este racismo de la diferencia cultural. Ya no dice: “soy más que tú”. Dice: yo quiero mi cultura, tú puedes quedarte con la tuya. Hoy todo derechista dice eso. De hecho puede ser muy posmoderno. Reconocer que no hay una tradición natural. Que toda construcción es un constructo artificial” (Zizek en [www.Otro campo](http://www.Otrocampo.com). Entrevistas. Entrevista a Slavoj Zizek) Reconoce la cultura del otro, sus bailes, su ropa, sus maneras, pero no cosas trascendentales como la opresión del poder económico y político que éstos sufren.

Pero la sexualidad y el erotismo tienen su propio lenguaje. Bataille decía: “Mediante el erotismo se comunica lo que el lenguaje se rehúsa a comunicar” (2001: 37). Y por allí vamos...

Como se ha señalado anteriormente, estos avisos, de literatura pobre y trivial, circulan en el escenario público de la vida cotidiana, pero no forman parte del mundo de la ley escrita por la razón y el poder (cuyo propósito es regular los antagonismos y conflictos), sino como “algo más”, presente en situación marginal, aparentemente transgrediéndola. Como un suplemento obscuro del mundo serio, formal, del poder y las interacciones ceremoniosas. Ocupando un segundo mundo con relación al trabajo, el progreso, la democracia, la política, es decir los grandes valores de la mentalidad moderna. Como su complemento marginal, no reconocido, y, por ello mismo harto revelador de lo que tratamos de ocultar vanamente o desplazar al fondo. Estos anuncios y propagandas, en tanto asunto banal, escapa del control, revelan lo que está más allá de la autotransparencia formal. De modo que los elementos fantasmáticos presentes en esos anuncios resultan sugerentes como materia de estudio en tanto hace presente lo “ausente” dentro del conjunto de las relaciones sociosimbólicas entre humanas formales. Ahí podemos visualizar de una manera clara lo nuevo que emerge, las permanencias, los conflictos, la complementariedad constantes en la cultura urbana, entre otros aspectos.

CAPÍTULO 3

CAMBIOS Y COMPONENTES EN LAS FANTASÍAS SEXUALES

*“El conocimiento de lo humano debe ser a la vez
mucho más científico, mucho más filosófico
y en fin mucho más poético de lo que es.”*

Edgar Morin

3.1 SERVICIOS SEXUALES, ESPACIOS DEL PLACER Y PRIVATIZACIÓN

Como actores culturales realizamos nuestros movimientos en un espacio social y físico. El espacio puede ser frontera o lugar de encuentros y desencuentros. Le rige un sistema de valoración. Dentro de esa lógica, tradicionalmente el hombre de la ciudad se orienta por la oposición dentro-fuera/interior-exterior. El interior es simbolizado como el lugar de lo bueno, lo legal, lo formal, y lo más central de ese interior, lo oficial institucionalizado (Palacio de Gobierno, Municipalidad, Catedral). El exterior, por el contrario, lugar de lo extraño, lo malo, lo peligroso, lo transgresor (como los prostíbulos y los barrios miserables donde moran los estigmatizados). Los que ahí se encuentran son vistos, por los de dentro, con recelo, con cautela y temor. También puede ser interpretado de otro modo: por ser considerados una amenaza son confinados al margen, a la periferia.

La configuración de los usos del espacio de la ciudad de Lima, desde la mentalidad tradicional y la moderna, sobre todo, se hizo con este sistema de valoración policial del orden y la moral.

Por lo mismo, todos los espacios de prácticas sexuales de paga considerados ilícitos y obscenos, aunque tolerados y practicados, se instalaron en las afueras de la ciudad, escondidos en zonas alejadas. Fuera del circuito de las miradas y conversaciones del mundo oficial, como queriendo negar su existencia en tanto no es visto ni nombrado. Y cuando

obligatoriamente es admitido resulta escabroso, impúdico, impertinente, las más de las veces.

Esto ha cambiado en la última década. La sexualidad periférica, antes confinada en los extramuros, hoy se encuentra dentro de la ciudad. Por el proceso de paginación, los establecimientos para las prácticas del amor y el placer antes ubicados en la periferia, han vuelto desde el margen al centro, visibilizándose. La sexualidad de paga desde los bordes ha tomado el centro de la ciudad, con todos los significados simbólicos y culturales que ello implica. Con ello se han producido cambios en las formas de operar y actuar.

La mudanza del espacio físico para el ejercicio de la prostitución corresponde con las mudanzas en las formas de brindar y acceder al servicio sexual. De la forma de prostitución dependiente en prostíbulos, de los *point* regentados por mamis y cafichos, o de la forma de prostitución callejera, se ha pasado a otra de signo más moderno. Aquella que se brinda de manera más personalizada y privada, en un departamento. Con tendencia a ser cada vez más profesional (si nos guiamos por los siguientes indicadores: desplazamiento de sus lugares de operaciones inicial hacia los distritos de clase media y media alta; uso de artificios de lujos en sus trabajo; nuevos tipos de servicios en oferta; el empleo de los medios modernos de comercialización de su cuerpo, como el márketing, la publicidad, el servicio *delivery*, y, últimamente páginas web por Internet, entre otros.). Impensable que pudiera darse este hecho en la prostitución de los años setenta y ochenta.

Todo esto dentro de un ambiente de cambio social y cultural, donde el sexo periférico ha pasado de la abyección a la tolerancia y de la tolerancia a la aceptación. Naturalizándose su existencia, su uso y su enunciación, sobre todo la heterosexual. Este es un hecho reciente en nuestra cultura.

En similar proceso, los barrios marginales, tradicionalmente ubicados en esa situación, ahora se han incorporado, formando parte de los circuitos dinámicos, sobre todo comerciales, como lo demuestran los megaplazas instalados en los conos de la ciudad. El capital por su propia dinámica de circulación dineraria rompe la separación tradicional e incorpora lo exterior a la ciudad, los marginales, al circuito comercial oficial para

incrementar sus ganancias. Pero no sólo son incorporados, sino que éstos también se incorporan a su dinámica, para su gozo y padecer, estableciéndose una sociedad de flujos en los términos de Manuel Castell.

Estos cambios en la relación oposición exterior-interior (como en política entre izquierda-derecha), tienen que ver con la dinámica del sistema económico, social y cultural contemporáneo, que al mismo tiempo que excluye, incluye. La inclusión y exclusiones forman una unidualidad, forman parte de un mismo proceso. Cada uno con su actuación singular influye en el hecho unitario de la totalidad. Aunque en ciertas dinámicas culturales, como la de la primera modernidad, la exclusión es mayor que la inclusión en la posmodernidad o segunda modernidad.

“... el espacio es objeto eminentemente cultural, variable según las sociedades, las culturas y las épocas; un espacio está orientado e impregnado por ideología y valores” nos dice Jacques Le Goff (1985, 42). Recordándonos que cada espacio tiene su dinámica cultural propia.

3.2 BREVE ITINERARIO PROSTIBULARIO Y PROSTITUCIÓN EN LA CIUDAD

Los establecimientos de servicio carnal, así como el ejercicio de la prostitución sexual en la ciudad contienen cosas nuevas y antiguas.

La prostitución legal tradicionalmente se ha ejercido en establecimientos públicos, y cuenta con reglamento y la licencia de funcionamiento correspondiente. Es decir, en prostíbulos, lupanares o “chongos” en lenguaje popular. Algunos de los actuales y más conocidos son: El Trocadero, La Nené y El Cinco y Medio. Este último llamado así por estar ubicado en el antiguo kilómetro 5 ½ de la Carretera Central, a la salida de Lima. Estos antiguos prostíbulos gozaron de gran demanda y concurrencia antes de que se modificara el comportamiento sexual en la ciudad, en los últimos 20 años. Una de cuyas expresiones es el aumento inusitado de hostales, lugares de hospedaje transitorio de viajeros, transformados por los amantes en nuevos espacios de consumo del amor erotizado de pareja, distintos a los moteles y hoteles (Ccopa, 1999).

Antes que El Trocadero y el Cinco y Medio, avenidas como Huatica, La Floral, México, Centenario, formaban parte de estos espacios libertinos para el uso gozoso del cuerpo.

En un estudio sobre prostitución en la ciudad de Lima que realiza Don Pedro Dávalos y Lissón, en el año 1907, con motivo de elaborar un reglamento de la prostitución en la ciudad, señala que para la época había tres categorías de prostíbulos que ocupaban las siguientes calles de ese entonces, a las que concurrían parroquianos de las distintas clases sociales de la época (Dávalos y Lissón, 1909):

Clase ínfima

Callejón de Romero	Tajamar
Colchoneras	Huarapo
Alguacil	Acho
Chivato	

Clase mediana

Salud	Panteoncito
Huevo	Puerta Falsa del Teatro
Acequia Alta	Mandamiento
Jirón de Amazonas	

Clase superior

Los Patos	Barranquita
Comesebo	Juan Simón
Orejuelas	Naranjos
San Sebastián	Penitencia
Monserate	

En ese entonces, los prostíbulos no estaban “desterritorializados” como lo están ahora, en departamentos privados, desperdigados por toda la ciudad. Estaban centralizados en zonas ubicadas fuera de la ciudad, escondidos entre antiguas zonas industriales, como lo están ahora, uno grande en el oeste (El Trocadero) y otro en el este (el antiguo Cinco y Medio)

3.3 NUEVOS ESPACIOS Y TIPOS DE SERVICIOS SEXUALES

Los diversos tipos de titulares de los avisos sexuales dan cuenta de los diversos espacios y formas de servicios sexuales existentes en la actualidad. Unos se refieren a establecimientos; otros, a trabajadoras de sexo que ofertan sus servicios, prometiendo realizar las fantasías sexuales masculinas más deseadas. Los primeros son de tipo general, como empresas, entidades, instituciones. La segunda es de tipo personal.

Según estos avisos, los establecimientos que brindan servicios sexuales son: Baños/Sauna, Masajes, Club, Chicas Vips, Relax center, las famosas *barras a sol*, y últimamente los fono gay o fono sexo. El contenido de estos anuncios es sobre todo informativo, directo. No tienen la riqueza expresiva y simbólica que tiene el contenido de los anuncios de tipo personal, encabezados con el nombre de una dama de compañía.

Los establecimientos de atención al público, que aparecen como clubes, baños y saunas, son lugares abiertos a la concurrencia, donde se ejerce una forma disfrazada de prostitución. La clase de atención específica que ofrecen en el aviso es la cobertura: sauna o masaje. Lo real, es el servicio sexual.

Hay otros establecimientos que comprenden el proceso inverso. Prostíbulos, con licencia, que optan por brindar adicionalmente otro tipo de servicio: show, bailes, espectáculos artísticos. El caso de *Las Cucardas* es ilustrativo. *Las Cucardas* es un antiguo lupanar que toma ese nombre en el año 1992, cuando se independiza del local contiguo conocido como *La Nené*²⁵. Ubicado en el Cercado de Lima, a 8 cuadras de la plaza Ramón Castilla en ruta hacia el Callao. Ante la crisis de concurrencia de clientes a los prostíbulos, influido por las nuevas prácticas sexuales en la ciudad que hemos señalado anteriormente, su administrador

²⁵ El nombre de La Nené, deriva de la famosa prostituta Nanette, de origen belga, que luego de trabajar en la avenida México, hizo plata, y compró el local actual en el año 61. En ese entonces, hasta el año 92, todos estaban juntos tanto lo que se llama “*La Nené*”, como el que está al lado, *Las Cucardas*.

optó por innovar el servicio. Al servicio sólo carnal de las chicas, le ha agregado espectáculos sensuales, presentaciones artísticas frívolas. Emergiendo otra forma de servicio sexual con matices y componentes adicionales.

El segundo grupo de titular en los avisos utiliza nombre de mujer. Alude al servicio, aparentemente independiente, de una trabajadora del sexo. Pero comprende, también, a aquellas que utilizando el nombre de *Una* mujer, guarecen varias trabajadoras del sexo en el espacio de un mismo departamento o casa.

A partir de estos datos señalados, podemos realizar una clasificación de los tipos de espacios donde actualmente se brinda servicio sexual en la ciudad:

- Público (con cobertura): lugares como clubes, centros de masajes, relax y baños sauna, de acceso público, donde además del servicio puntual de espectáculo, baños y masajes brindan servicios sexuales. Ejemplo Club Kilates, Scarlet.
Espacios encubiertos del ejercicio de prostitución dependiente.



Figura 3

-Público (sin cobertura): prostíbulos con licencia, como El Trocadero, La Nené, Las Cucardas, entre otros.



Figura 4

- Los no-privados, pero tampoco público: establecimientos que aparecen como si brindaran servicio individual pero no. Ahí trabajan varias damas que pueden ser dependientes o independientes. Generalmente son casas de cita o departamentos que cumplen ese papel. Ejemplo: Sandra. Encantadoras chibolitas universitarias.



Figura 5

- Privado: lugar donde una trabajadora sexual ofrece sus servicios, por su cuenta y riesgo, generalmente en un departamento. El formato es por lo general así. Milagros, sexy charapita....

Se trata del ejercicio de una prostitución independiente y bastante personalizada.



Figura 6

La atención personalizada en departamentos

Lo llamativamente nuevo es la personalización y privatización del servicio sexual en departamentos. Las “nuevas” trabajadoras del sexo pudieron haber optado por la calle o por el confinamiento en uno de los antiguos establecimientos de comercio carnal llamados prostíbulos. Pero escogieron el ejercicio autónomo privado de la prostitución en un departamento. No sólo eso, además recurrieron al márketing, para entrar al circuito de las propagandas de productos en venta. Haciéndose más profesionales y menos del oficio.

Si bien en el Perú la prostitución no está prohibida ni tampoco está legalizada, moralmente aún está estigmatizada. Pero este hecho es cada vez más débil. Estamos aprendiendo a tener una relación tolerante con lo venal. Señal que estamos entrando a una lógica posmoralista, donde se exagera el individualismo y la libertad privada. Esto se expresa, por un lado, en trabajadoras del sexo que deciden ejercer por su cuenta y riesgo y bajo su propio control el comercio de sus cuerpos, cuando lo habitual era que otros las regentaran (sea de manera directa mediante los denominados “cafichos” o indirectamente mediante el alquiler de habitaciones en los locales públicos dedicados a este negocio); por otro lado, un público que se muestra indulgente con la prostitución y acepta su práctica incorporándolo como parte de las posibles variedades de goce corporal.

En una entrevista con una de estas muchachas, que optó por brindar sus servicios sexuales de manera privada y autónoma, aparecen las siguientes ideas que pueden ayudarnos a entender el espíritu que se va perfilando en el negocio del placer. Ella es una joven muy guapa, esbelta, de clase media, su público objetivo son gerentes o personas VIP, consiguientemente el precio de su cuerpo es alto, distante de los precios que aparecen en las propagandas de los diarios. Señala que su decisión de trabajar en este negocio es porque se sabe guapa y con atributos físicos atractivos que gustan a los hombres. Que es un negocio rentable. Si trabajara en un empleo normal no tendría los beneficios que tiene con este oficio. Necesita dinero para pagar su pensión en una universidad particular donde estudia Derecho, pagar el departamento y vestir bien, porque le gusta vestirse bien, además de ser muy necesario en el negocio. La presentación impacta, dice. Por eso su gasto en ropa y aditamentos como lociones y perfumes de marca, es alto. Su hoja de ruta es ejercer temporalmente la prostitución; no piensa dedicarse todo el tiempo. Sabe de su valía (comercial en el mundo del placer) y dice tener un control sobre el tiempo que trabajará con su cuerpo en la prostitución.

Sobre el tiempo de permanencia en éste es difícil tener un control cuando se está en ese mundo. En todo caso tiene la ventaja de la duda, en tanto y en cuanto es una estudiante y trabajadora sexual perspicaz y moderna. Cuando no se es así, la distancia entre la intención y la realidad es grande. La mayoría de ellas dicen que van a permanecer temporalmente en el negocio pero están más tiempo de lo previsto. Generalmente permanecen un buen tiempo, inclusive cuando el cuerpo ya marchito prematuramente por el abuso en el uso ha perdido sus atractivos originales²⁶. Salvo cuando en el camino encuentran aquella ausencia que las empujó a ese oficio y que hoy viene a reivindicarla: el amor

El ejercicio independiente de la prostitución no es totalmente nuevo. Tiene en la prostitución callejera, que consiste en pararse en una calle en espera de clientes, a uno de sus antecedentes en cierta forma. Otra en la prostitución “caleta”, asolapada que algunas

²⁶ Por la plaza Castilla, más conocido como plaza Unión, en las calles Oroya y Alfonso Ugarte, Cercado de Lima se apostan un grupo de meretrices, la mayoría de ellas ya avanzadas de edad y cuerpos desvencijados. No apto para el gusto común, pero que están esperando que “caiga” algún parroquiano de gusto especial. Generalmente, no tienen clientela, pero se amanecen, con la ilusión de lograr alguna ganancia.

mujeres pobres y no tan pobres realizan por necesidad; no sólo económica (que puede ser permanente o circunstancial), sino también de afecto o por obra de normas desconectadas de la realidad. Un primer caso fue el de Tamar, viuda de dos hijos de Judá: de Er y Onan, ramera ocasional que dejó llegarse a Judá, su suegro, que no sabía quién era ella por tener cubierto su rostro, y había quitádose los vestidos de viudez (Génesis, 38, y MacLean, 2004)). Por eso decimos que el ejercicio autónomo de la prostitución no es nuevo. Lo nuevo es el sentido que adquiere con los servicios más personalizados, sin el peligro de las calles o el revoltijo de los burdeles donde acuden abierta y libremente cantidad de parroquianos en busca de placer.

La utilización del nombre personal de mujer en los avisos de ofertas sexuales forma parte de ese proceso de personalización. Útil para las trabajadoras del sexo para ocultar su verdadera identidad pero también para ser conocidas, identificadas individualmente, y ya no formando parte del establecimiento o del servicio que utilizan de cobertura (masajes, kinesiología), como sucedía antes. Es una forma peculiar de constituirse en sujeto.

Esta forma de uso del nombre y del espacio físico es la continuación de una de las modalidades del ejercicio de la prostitución, las casas de cita, al mismo tiempo que su variante. Las casas de cita de antes eran conocidas por los usuarios por el nombre de la “mami” que la regentaba (la “tía Perla”, por ejemplo, en los barrios de la margen izquierda del río Rímac, Cercado de Lima, era muy conocida por los adolescentes y jóvenes del lugar), generalmente viejas prostitutas “plantadas” que inician a las nuevas en el oficio, alquilándoles las habitaciones por cada servicio, además de ganar en la venta de licor a los clientes.

Si los prostíbulos son conocidos, por lo general, por la mayoría de ciudadanos, las casas de cita lo son sólo por una red subterránea de bohemios y libertinos.

Estos lugares semiclandestinos, ocultos para el público en general, y con cierta centralidad, contaban con otros mecanismos de divulgación, conocido como “radiobemba”, es decir uno pasaba la voz a otro, éste a otro y así sucesivamente. Una especie de bola de nieve erótica. En ese entonces, impensable que posteriormente pudieran aparecer en propagandas o avisos

clasificados de los diarios de circulación nacional de la época. El sexo no tenía la legitimidad y la visibilidad que tiene ahora. Ni el erotismo y la sensualidad el hervor de hoy.

Cambios en la sociabilidad

Esta personalización del servicio sexual modifica la sociabilidad y deconstruye la imagen habitual del ambiente de un lupanar. El ambiente de un prostíbulo tiene características peculiares que nadie puede olvidar fácilmente. Las luces y los olores contextualizan la presentación de los cuerpos semidesnudos que exhiben las damas del placer en la puerta de sus habitaciones. Inclusive las luces rojas encendidas en los cuartos y pasadizos son para los clientes parte de esa identificación, al igual que los olores penetrantes, mezcla de sexo y perfume barato. Sus olores y humores son como los olores de las primeras comidas agradables de la infancia, inolvidables. Siempre presto a ser recuperado por una simple analogía pituitaria. Era y es todavía toda una celebración ir a uno de ellos. Los más antiguos, como El Trocadero, tienen un servicio de movilidad característico (los llamados lanchones) que llevan y traen a los usuarios. Articula el mundo real con el de la quimera. Los hombres que viajan en esa movilidad van en silencio, ensimismados, circunspectos enjugando su ansiedad con sus fantasías, pero también por saberse protagonistas de una aventura rodeado aún de un vaho de estigma. Asisten a una feria o festival del cuerpo y del sexo, con esa carga emocional de aventura grata y clandestina.

Como vemos, este espíritu festivo de goce sexual, que acompaña a esta modalidad sexual, posee un componente tribal, de comunidad: comparten un tipo de transporte colectivo (conocido como los lanchones); tienen un solo punto de desembarque/embarque; entran en grupo al recinto para escoger a las trabajadoras del sexo de su preferencia; recorren en grupo los pasadizos observando la exhibición de los cuerpos semidesnudos de las trabajadoras del sexo; hacen sexo casi al mismo tiempo dentro del mismo recinto, compartiendo humores comunes así como exhalaciones en el momento de la *pequeña muerte*.

Los establecimientos tradicionales del sexo como El Trocadero, El Botecito, La Salvaje, La Nené, Las Cucardas, entre los más conocidos, aún expresan esa sensibilidad orgiástica, de regocijo colectivo. Dentro del imaginario de los parroquianos y de la población masculina se conserva aún la representación de las prostitutas como generadora de encuentros abiertos, bravos y francos, capaces de brindar sexo con la arremetida brutal de una mujer salvaje, desbocada, o la ternura consoladora de una que ha vivido la ausencia de cariño por largo tiempo.

Con ellas, rota la barrera inicial, se conversa, se vuelven confidentes a las que se cuentan cosas privadas, reservadas. De ellas se quiere saber lo oculto, lo no revelado. Preguntarles sobre sus virtudes amoratorias, las licencias que otorgan a sus cuerpos y proponerles hacer lo censurado, sin recato. Se consultan cosas que quizá con otras personas cercanas no se hace. Son conversaciones licenciosas, de cosas profanas.

Ahora, con los mini o monoprostitúbulos desconcentrados en departamentos, donde se ejerce la prostitución, individual o en pequeño grupo, se ha perdido ese carácter orgiástico. Ahí ya no son colectivos de hombres que concurren, sino seres individualizados, heterogéneos, que por separados van hacia el encuentro con el objeto de su deseo.

Hoy la relación más individualizada y cortesana que se establece en la prostitución modalidad departamento, expresa un sentido ligero, vaporoso, laxo del trato, al cual el uso de nombre propio como título abre el camino. Más de proximidad que de lejanía, aunque para un parroquiano la prostituta nunca ha estado lejos. Estas son señales del cambio de las sensibilidades en el sexo periférico, ocurrido sólo en las dos últimas décadas. Pistas para entender el cambio en el tipo de relaciones que se están estableciendo con los objetos del placer sexual: relaciones de más aproximación. Por eso, forman parte de nuestra vida diaria y están disponibles las 24 horas en sus departamentos, como dicen los avisos; o en las calles desde tempranas horas, muchas veces vestidas como cualquier transeúnte, y si son jovencitas como si fueran estudiantes, con jean, blusa y mochila.

Es a partir de esta dinámica y el nuevo espíritu que le anima, que analizaremos el contenido de esos anuncios donde las trabajadoras del sexo ofertan sus servicios sexuales.

3.4 COMPONENTES DE LOS ANUNCIOS DE SERVICIOS SEXUALES

Antes de analizar e interpretar el papel de los elementos noológicos en los avisos, señalaré el orden de presentación de sus componentes, y la razón del orden de su presentación.

Habitualmente pensamos que las claves explicativas o los caminos para resolver las cuestiones sociales se encuentran ocultas, y que hay que abocarnos a la industriosa tarea de “descubrirlos”, es decir develarlos tras un arduo trabajo. Pero sucede muchas veces que estos están expuestos en la superficie, al alcance “inmediato” de la mano o la vista. Buscamos arduamente, trabajosamente, cuando la respuesta o la vía de la respuesta puede estar sobre el escritorio. El espíritu prometeico también se expresa de este modo en las pesquisas sociales, diciéndonos que los logros deben ser producto de un gran esfuerzo, inclusive de un acto heroico, cuando bien puede ser producto de los actos más livianos y fortuitos.

Algo de esto aconteció en esta investigación. A lo largo del proceso de elaboración del informe final de esta tesis, estuve dando vueltas en la manera de ordenar su presentación. El orden que presentamos a continuación surgió después de varios intentos “desordenados”, infructuosos; casi al azar. Apareció cuando se simplificó la mirada y bajo la conducción del sentido común, más que como producto de un acto racional, meditado, reflexionado enésimas veces, nos fijamos con atención en algo muy visible en los anuncios de ofertas sexuales: sus componentes, en la manera como se presentan al público (el momento, la casualidad, la despreocupación, la mirada juguetona también son vías de acceso para resolver cuestiones que nos abrumba o preocupa.). Ellos contenían sugerencias sobre los temas y la manera de analizarlos y presentarlos.

Es así que los aspectos más visibles, más expuestos a la vista en esos anuncios, van a servir como guía en la descripción, exposición y búsqueda de su sentido. En el proceso de análisis e interpretación, nos serán útiles algunos elementos claves de la ciencia del espíritu, la inducción, la constatación de regularidades, el sentido de las vivencias y sus conexiones con la configuración de las fantasías.

Los anuncios sobre las ofertas sexuales que se publican en los diarios generalmente tienen los siguientes componentes, que por sus características hemos dividido en datos objetivos y no-objetivos, datos reales y no-reales:

- Título
- Texto
- Imagen fotográfica
- Tiempo que dura la atención al cliente
- Costo del servicio
- Número telefónico (últimamente páginas web)
- Dirección
- Día y horario de atención

3.4.1 Datos reales

Teniendo disponible estos elementos a la mano, hemos discriminado entre aquellos datos que cumplen sólo funciones denotativas, es decir descriptivas, “objetivas”, y aquellos que cumplen funciones connotativas, es decir que van más allá de lo dado; aparece en los datos pero sugieren algo más, o bien no aparecen pero es sugerido. Tomamos estos últimos como nuestro material de análisis.

El día y horarios de atención de las trabajadoras pueden ser utilizados para conocer su régimen laboral, el tiempo que dedican al trabajo, el tiempo de ocio, pero con relación a las ilusiones y fantasías, con el que juegan estos avisos, no nos dicen nada. Lo mismo pasa con los números telefónicos, el costo y tiempo de duración del servicio, las direcciones. Estos datos pueden ser tratados también desde otra óptica y desde otra preocupación más cuantitativa. Por ejemplo, si se pretende generalizar o dar unicidad; saber el precio promedio de un servicio, la ubicación geográfica de los teatros de operaciones habitual de las trabajadoras sexuales, etc.

En cambio el contenido del texto de los avisos, desde el tipo de nombres que utilizan, hasta las imágenes fotográficas femeninas que las acompañan sugieren significados que resultan útiles para nuestro propósito hermenéutico.

Por eso, en esta sección, señalaremos brevemente algunos datos objetivos, denotativos que nos servirá para contextualizar el tema central de la investigación. Los aspectos más

significativos, relacionados con las fantasías e imaginarios presentes en el contenido de los avisos de ofertas sexuales, serán tratados detalladamente más adelante, en el Capítulo 4. Veamos los datos fácticos:

- Precio. El precio varía entre S/.20 y \$130. Depende de los atributos físicos de la trabajadora sexual, del tipo de servicios que brinda, la ubicación geográfica del trabajo, la calidad del servicio, tiempo que dura la atención, tipo de cliente que atiende, entre otros.
- Tiempo de duración del servicio. Puede ser desde media hora, una hora y más. De acuerdo al requerimiento del cliente convenido con la trabajadora sexual. El tiempo mínimo de duración consignado habitualmente es de media hora. A más tiempo, más paga.
- Día y horario de atención. Hay servicios disponibles las 24 horas, de lunes a domingo, y aquellos que lo hacen por horas, como de 9 a.m. a 11.00 p.m.
- Teléfono. Generalmente el teléfono que consigna la trabajadora sexual o el establecimiento es móvil, muy pocos utilizan teléfonos de línea fija.
- Dirección Web. Esto es último. Está relacionado al propósito moderno de la propaganda, pero también como previsión a la posible prohibición de publicar este tipo de anuncios en los diarios de circulación nacional. Puede verse www.conejitasricas.com, www.fogositas.com, www.gatubelasvip.com, entre otras.
- Dirección. La dirección que consigna es referencial. No es exacta, por obvias razones. Pero permiten conocer que la mayoría de los lugares o trabajadores sexuales consignan distritos de clase media. Inclusive un diario como *Trome* que está dirigido a un amplio sector popular y de clase media baja, consigna distritos como San Borja, Jesús María, al que le sigue San Juan de Lurigancho (*Trome*, 22 de agosto de 2005).

Muy al margen del propósito de este trabajo, no se puede dejar de comentar el significado de los dos últimos datos señalados. Cuando a principios de los años noventa comenzaron a publicarse este tipo de anuncios en el diario *El Comercio*, los números telefónicos y direcciones que se consignaban correspondían a ubicaciones geográficas de clase media baja: Av. Grau, Breña, Cercado, etc. En los últimos años, estos mismos avisos contienen datos que nos permiten conocer el giro que va tomando el ejercicio de la prostitución dentro de una cultura nueva que va surgiendo. Las direcciones ya no corresponden sólo a zonas de clase media popular sino a zonas residenciales de clase media alta, principalmente. Su crecimiento acelerado y los elementos que consignan “bellas jóvenes”, teléfonos fijos y celulares, página web, lencerías y departamentos, permiten deducir que la prostitución ha dejado de ser un oficio sólo de las clases bajas para pasar a ser considerada una profesión temporal en las otras clases sociales.

Cuando eran pocos los avisos y sus zonas de operaciones más humildes, ahí sí estábamos hablando propiamente de un oficio. Hoy, la situación es otra.

3.4.2 Datos no-reales

3.4.2.1 Fantasía e ilusiones en la sexualidad y el mundo social

El mundo de la prostitución y de las prostitutas está lleno de dolor, de lamentos, de oportunidades perdidas, de engaños, de maltrato, de explotación, de indignidad, de miserias, de amores desgarrados y violentos. Pero también de ilusiones, sueños, goces y fantasías; creadas tanto por las prostitutas como por los usuarios, y potenciales usuarios. Hay ciertas reminiscencias sagradas, cuando la práctica carnal ejercida por la mujer al colectivo, a la comunidad, no había sido aún mundanizada y estigmatizada (Weber, 1984). Si bien lo habitual cuando se trabaja temas de prostitución es hacerlo desde los aspectos tormentosos y dramáticos, en este trabajo nos interesa analizar el aspecto relacionado al goce, a las fantasías, a los imaginarios que generan y rodean esa actividad.

Para comenzar el desarrollo de esta idea, recurriré al contenido de una telenovela de gran acogida en nuestro medio, transmitido hace cierto tiempo atrás, y a la novela de un prestigioso escritor latinoamericano.

La telenovela que utilizaré para graficar la fuerza de la ilusión y las fantasías presente en la vida alegre y en las otras, es *Hilda Huracán*. Serie de televisión, producida por la cadena brasileña O Globo y transmitida hace cinco o seis años atrás en nuestro medio. Novela de fino drama erótico, que contiene temas útiles para la sociología. En esta ocasión voy a referirme sólo a las ilusiones y fantasías de sus personajes: del cura, del militante comunista, de los hombres con las prostitutas y de las mismas prostitutas.

Hilda, mujer bella e independiente, debido a su fracaso amoroso, se recluye en la Zona Bohemia a mitigar sus penas al fragor de su cuerpo en el servicio sexual. La Zona Bohemia es un lugar de diversión licenciosa, a la que asisten hombres de todo tipo a beber y tener sexo con las mujeres. Ahí Hilda se viste muy elegante, mucho mejor que todas las otras prostitutas. Usa ropas caras y finos perfumes franceses. Ante esto, la vieja puta, de mayor experiencia en el negocio, le dice que malgasta su dinero en esas hermosas ropas para los hombres que la buscan por sus servicios sexuales. Hilda responde que se pone ropas elegantes en el prostíbulo para sus clientes, para que continúen sus sueños, para realizar sus ilusiones y fantasías. Si por mí fuera estaría desnuda en mi habitación para ahorrarme el trabajo de desvestirme, le dice la amiga. Hilda contesta que quiere que cada uno viva su ilusión. La fama de Hilda crece porque la ilusión de los hombres es cumplida por ella, o más bien estaba contenida en ellos, esperando la ocasión de su presencia para realizarse.

Cada uno de los personajes de la telenovela viven sus quimeras. El clérigo Malthus (el aspirante a sacerdote) vive con su ilusión. Su ilusión es religiosa. Tiene la ilusión de que Jesucristo lo escuche, de no caer en el pecado para llegar a ser un santo. El demonio siempre insiste pero Cristo vence. Malthus vive ilusionado por hacer el milagro que le falta para ser realmente un “santo”. Otro personaje, el militante comunista, también tiene su ilusión. Su ilusión es la de una sociedad feliz y justa. El comunista muere por la revolución. En realidad cada uno muere por sus sueños. **A plazo o al contado.**

Una camarada comunista le pregunta al camarada dirigente que está leyendo *Así se templó el acero*, novela rusa de Nikolai Ostrovski, sobre la sexualidad comunista. Él le responde que la sexualidad comunista es casta. Que se debe guardar todas las energías para la causa de la revolución. El interés personal se subordina al interés del partido y al aparato político.

Esta idea coincide con la moral del capitalismo primigenio que pide a los hombres reservar sus energías para esforzarse por el progreso. En buenas cuentas ambos tienen la misma raíz. Hilda crea ilusiones, pero también vive su ilusión, creando ilusión.

La sexualidad de Hilda representa un peligro para el mundo que representan los curas, las damas de sociedad, la sociedad del orden, la pureza y el ascetismo. Hay que exorcizar el demonio de Hilda Huracán. Las damas decentes van a la Zona Bohemia para hacerlo. “Dios sí, diablo no” clama la multitud cucufata de damas “decentes”. Pueden suceder grandes desgracias si no actuamos, se dicen como guardianes de la moral. Su ilusión les hace ver señales que no existen. Para el creyente todo es señal, todo quiere decir algo.

Las damas de la alta sociedad que luchan contra la existencia del barrio bohemia también buscan sus sueños. Y sus sueños son la de una sociedad pulcra, pura, de costumbres sanas, no pecaminosa.

La telenovela nos muestra que todos vivimos fantasías. Y que conforme a ellas actuamos en la vida real.

Por sus propias características los encuentros sexuales de paga tienen aderezos de fantasías e ilusiones. Estas fantasías pueden ser creadas por las profesionales del sexo, como en el caso de la telenovela *Hilda Huracán*, o por el contrario, creado por los usuarios como en el caso del nonagenario personaje de la historia del libro *Memoria de mis putas tristes* (2004) de Gabriel García Márquez.

Cuando cumple sus noventa años, él desea regalarse una noche loca de amor con una adolescente virgen. Rosa Cabarcas que es la “mami” de la comarca, le consigue una niña de 14 años, a la que él lúdicamente le pone el nombre de Delgadina (hija menor del Rey, requerida de amores por su padre, según la leyenda). Pero no es sólo el nombre parte de su fantasía, sino también su cuerpo: por ejemplo, le cambia el color de los ojos según su humor. También lo es el aposento, el lugar de los encuentros, y las formas de los encuentros.

Desde el primer momento que la ve desnuda dormida en la cama, él también se desnuda. Así desnudo se dedica a reconocerla palmo a palmo la piel tersa, a contemplar el florecimiento de un cuerpo sensual en ciernes. Pubis de pocos bellos, senos naciente, brotando. Pero sin tener sexo.

La alcoba también forma parte de su fantasía. Es arreglada para cada encuentro. Primero los cuadros, colgados donde ella pudiera verlos desde la cama. Arregla el tocador. Compra un ventilador nuevo en lugar del oxidado y para cada encuentro lleva algo nuevo para ella y la alcoba. Le llevaba un abanico eléctrico, sus libros, aromatizaba el ambiente, flores nuevas para el florero, paredes color rosa, lámparas matizadas, radio nueva que mantenía sintonizado en un programa musical culta para que Delgadina aprendiera a dormir con los cuartetos de Mozart, aunque ella prefiriera el bolero.

Llegaba a las 10, y a las 5, antes de irse la guardaba. “La alcoba quedaba entonces tan escuálida como fue en sus orígenes para los amores tristes de los clientes casuales” (García Márquez, 2004: 68). Y cuando él reanudaba su encuentro con Delgadina en ese aposento, dedicaba minutos para sacar la utilería escondida el día anterior para volver a armar el teatro de sus noches.

Las fantasías, sueños, ilusiones y deseos son facultades, componentes básicos de toda interacción social. Cumplen el papel de filtro en la experiencia psíquica. Lacan dice que nuestra percepción de la realidad está condicionada por la fantasía. La fantasía enmarca desde el inicio nuestro mundo social y político. Así, la fantasía resuelve lo que es la realidad (Zizek, 1999). Por eso la imposibilidad de su ausencia en la sexualidad humana.

La sexualidad es la dimensión más abonada por la fantasía imaginaria. Durante las fantasías, la imaginación se dispara y prepara situaciones inusuales que habitualmente el humano no hace o no se atreve hacer. En los modos de fantasear influyen notablemente los modos distintos en que son socializados sexualmente hombres y mujeres. Por lo mismo, los hombres tienen una imaginación más exaltada, despabilada, afanosa. La fantasía masculina recrea situaciones en que los hombres son los actores que hacen las cosas y las mujeres se imaginan siendo receptoras de las cosas que hacen los hombres u otros.

En la actualidad, los medios escritos, como los avisos sexuales que aparecen en la prensa y los volantes, pero sobre todo los audiovisuales, son los mayores constructores de ilusiones y fantasías. Si no existiera la ilusión, la fantasía, no existirían los deseos. Si no existieran los deseos no existirían las fantasías y las ilusiones que le dan forma. Los anuncios de ofertas sexuales juegan con las fantasías sexuales, afectivas y de trato. Pero también con

nuestros fantasmas, como en la telenovela que comentamos. En términos más cotidianos, nuestro fantasma es aquello que dificulta nuestro paso por la vida y nuestras relaciones interhumanas.

Desde la sociología decimos que el deseo es una energía avivada desde el exterior. Deseamos lo que vemos, dice Alberoni en su libro *Los envidiosos* (1999). Emerge desde mi ser-propio y la existencia con los demás. Deseamos ser o tener lo que tiene los demás. El contacto con otras personas nos estimula, nos impulsa a querer siempre más.

Así la envidia es consecuencia de esta actividad deseosa que se frustra y ante esto, rechaza el modelo con el que se ha identificado, desvalorizándolo. Así el deseo se forma afuera, en lo social. En cambio, para el psicoanálisis, el deseo está instalado en uno como causa primera. Por eso dice: no es la necesidad la que crea el deseo sino es el deseo el que crea la necesidad. Es decir, el deseo tiene que ser o es el primer impulso de la necesidad.

Para el psicoanálisis entre el sueño y la realidad, la fantasía está al lado de la realidad; en la sociología al lado del sueño. Hay un pasaje en *El libro de los abrazos* (1994) de Eduardo Galeano, donde relata que un hombre de la viña en agonía le habla a Marcela en el oído y le revela su secreto: *la uva –susurró– está hecha de vino*.

En la elaboración de la fantasía el elemento lúdico actúa en la selección de las figuras, las ideas, las frases, las propuestas lúbricas.

3.4.2.2 Los títulos en los avisos: entrada al mundo de la fantasía

El título es aquel encabezamiento de los avisos de servicio sexual, puesto en el centro, en negrita y letras grandes. Presenta al objeto de deseo que promete placer carnal. Es el primer dato con que se encuentra nuestros ojos y el más llamativo. En los avisos que se publican en la prensa popular, las fotografías de cuerpos sensuales femeninos que la acompañan le disputan este atributo. No así en los avisos publicados en la prensa seria, ahora. Aunque hubo un tiempo en que en *El Comercio* sí se publicaban imágenes fotográficas de cuerpos femeninos que acompañaban los avisos sexuales.

El título varía. Generalmente lleva el nombre de mujer, sea cuando se trata de una sola trabajadora la que brinda los servicios sexuales o cuando son varias las que se cobijan bajo un solo nombre. (Brenda, Dubraska, Jimena, Jennifer, Melissa, entre otros).

Pero el título puede ser también según tipos de servicios: *Relax center*, *Masajes*, *Sauna*, *Película Bar*. O según establecimientos: *La casita del relax*. *Eva* y *Anita*. Estos últimos son los que aparecen generalmente en los diarios de corte popular, mas no en un diario formal, más cercano a la cultura de elite, como *El Comercio*.



Figura 7.- Tipos de titulares en los diarios, año 2005.

El uso del nombre femenino como título varía según el tipo de diario en que se publica, y el potencial usuario al que se dirige. En *El Comercio*, el nombre femenino supuestamente propio designa, casi siempre, a una sola persona, es decir a la que ofrece el servicio. No encierran o comprenden a otras trabajadoras sexuales. Y cuando de eso se trata se coloca en plural. En cambio en los diarios de corte popular, como *Trome* o *El Chino*, un nombre puede encerrar a varias trabajadoras del sexo. Algunos simplemente no hacen distinción entre una y varias.

Ambas formas de utilizar el nombre grafican los diferentes ritmos del proceso de personalización e individualización en cada clase o grupo social. En el alta, al que se dirige *El Comercio*, el ritmo del proceso es mayor que en la media/baja, al que se orientan los

diarios populares. Ese ritmo mayor del proceso en los sectores altos indica que ellos saldan cuentas más rápidamente con el pasado que los sectores populares. En estos el ritmo del proceso es más lento, por lo que lo nuevo contiene formas del pasado que tienen su peso propio. La idea de comunidad (orgiástica) es aún consistente, por ejemplo.

Otro título frecuente que aparece en *El Comercio* se refiere al lugar de origen de la trabajadora sexual: *japonesita, húngara, españolita*. Lo que no acontece con frecuencia en los avisos que se publican en diarios populares. En estos, los lugares de origen habitual son localidades del país; los más frecuentes *charapas, tarapotina, cajamarquina, chiclayana, piurana*, etc. Jamás de los jamases se encuentran *puneñas, cuzqueñas o tacneñas*. Gente del sur o trapezio andino pobre.

Otro recurso en el uso de los títulos es resaltar virtudes y atributos de las muchachas, procurando ser más seductores: *Chicas de lujo, Chicas Playboy, Conejitas A1, Sexy señora, Señora bella, Angie nenita, Bellas VIP, Boquita Hot, Chicas de impacto*, etc.

De esta variedad, en esta investigación se analizan sobre todo aquellos avisos de servicios sexuales que utilizan como título nombres femeninos. También los que apelan a las virtudes femeninas consideradas seductoras, y a los gentilicios para atraer clientes. No así los referidos a los establecimientos que ofrecen distintos servicios, por ser sus contenidos poco sugerentes, para el propósito de este trabajo.

Los avisos de servicios sexuales pueden clasificarse según su fuente de procedencia. Un primer tipo está conformado por aquellos que se publican en los diarios más formales, dirigidos a un sector social alto y medio. El segundo tipo, por aquellos que aparecen en los diarios populares, dirigidos al pueblo.

Estos anuncios dentro de las cosas comunes que comparten tienen diferencias en su forma de presentación, en el contenido, en el uso de la fantasía de sus potenciales usuarios, entre otras cosas. Revelándonos las preferencias y gustos sexuales, de los hombres de la cultura urbana popular y de los sectores medios y altos ilustrados.

Las características de los contenidos de los anuncios varían según el público al que están dirigidos. Pueden agruparse en dos. Anuncios seductores morigerados, discretos, objetivos, dirigidos a un público de gusto distinguido, que generalmente corresponde a los sectores altos y medios-altos. Y anuncios licenciosos, lúbricos, expresivos, engatusadores, dirigido a un público de espíritu popular, abierto, impresionista. Los primeros se publican en un diario formal y serio. Los otros en diarios populares, también llamados “chicha”.



Figura 8.- Nombre femenino, *El Comercio* 2005. Nombre femenino, *El Popular* 2005.

Esto permite ver las diferencias estéticas y de lenguaje, pero sobre todo la propensión a lo extraordinario y fantasioso que posee el espíritu popular, a diferencia de los sectores altos cuyo espíritu es mesurado, racional, puntual. Los dos tipos de anuncios que se publican en uno u otro diario cumplen el mismo propósito seductor aunque de distinto modo. El contenido y las formas de los anuncios de ofertas sexuales que circulan en los medios grafican los tipos de sensibilidad, gustos y preferencias existentes en nuestra sociedad.

En la estrategia mercantil de oferta de los cuerpos a través de la prensa, el uso de la mentira es mayor en uno que en el otro. Para Simmel (1977), la mentira tiene un sentido dual. La mentira es nociva, pero es relativamente permisible en situaciones particulares, como en los estados primitivos, en las relaciones distanciadas, cuando se trata del bien de los pocos. En cambio, la mentira es nociva, dañina en sociedades complejas, modernas, que funcionan en base a la confianza, o cuando genera el mal de muchos, por eso se dice que la verdad es democrática. En sentido sociológico, se puede afirmar que la mentira tiene un sentido necesario en el terreno de la sexualidad, en tanto crea en los individuos la ilusión que necesitan. Los anuncios de servicios sexuales, sin la mentira, no podría construir el mundo de las ilusiones gratas que ofrecen; ni los lectores crearse esa ilusión. En la vida íntima de pareja la reserva deliberada de ciertos asuntos es tan importante como su revelación. Las

parejas deben saber qué ocultar y qué revelar; en qué momento hacerlo. En ese juego de ocultación-revelación está la magia de la atracción y el erotismo.

3.4.2.3 Título y nombre de las prostitutas. Adiós al santoral

Como hemos señalado antes, todo aviso de servicio sexual, de cualquier tipo, tiene un encabezamiento, un titular. Puede ser un nombre (Adriana, Andrea, Vanessa, etc.), puede ser un nombre con un adjetivo precediéndola (*Increíble. Akoni, hermosa chinita (19) cumple tus deseos*) puede referirse al lugar de origen o procedencia (*Árabe, Argentina, Oxapampina, Sra. Charapa o Trujillana*), o resaltan atractivos/atributos (*Sra. Bellísima. Chicas de lujo. Bellas VIP. Sensual morena*). Otros hacen referencia al tipo de establecimiento (*Baño sauna, Baños turcos, Fono club*).

De este conjunto lo más usual y a la vez el más relevante, es el aviso que utiliza el nombre femenino como título. En un diario catalogado como serio y formal (*El Comercio*) los nombres más usuales que aparecen son de procedencia española (*Adriana, Flavia*), anglosajona (*Jessica, Alison*), italiana (*Antonella, Ariana*), y árabe (*Abalia, Abibianita*) Nombres más al gusto y uso de los sectores medios altos y altos.

En un diario sindicado como popular, la mayoría de los nombres que aparecen publicados son de origen español y anglosajón, acondicionados al gusto y uso popular: *Kelly, Evista, Yuli, Ruby, Karen, Keyko, Cassandra, Romina*, y otros similares.

En ninguno de los dos tipos de avisos sexuales aparecen nombres provenientes del santoral. Nombres de devoción. Es decir no hay Victoria, Juana, Isabel y menos María. Todos son nombres laicos, modernos. Evocan espíritu juvenil de relax. No tan lejanos, es decir, no tan exóticos como suelen ser los nombres que los migrantes colocan ahora a sus hijos, ni tan tradicionales como solía ser el uso hace 50 años atrás.

No sólo no provienen del santoral, tampoco provienen de una sola tradición como antes, sino de distintas fuentes y lenguas: inglesa, italiana, latina, árabe, quechua, etc.

Hasta los años cincuenta la mayoría de los nombres en la ciudad y sobre todo en el campo tenía como fuente el santoral. El santoral es una especie de diccionario donde se encuentran clasificados por meses y días el nombre de todos los santos. Desde el 1 de enero (Agripino, Concordio, Fulgencio, Obilan) hasta el 31 de diciembre (Catalina, Coloma, Melania, Silvestre y Zótico). Estos nombres están asociados a virtudes, a valores, al buen ejemplo, a la responsabilidad. Angélica, parecido a los ángeles por su belleza y candor; Martín, guerrero; Gloria, buena fama; Griselda, combativa, batalladora; Verónica, la que dice la verdad; Victoria, virtud, la templanza y valentía; Isabel, paciencia; Paulina, que siempre sonríe; Catalina, dotado para la humildad, el arte, así por el estilo (Rouillard, 1989; Tibón, 1986). Eran tiempos en que la tradición y la religión regían nuestra manera de ser, estar y relacionarnos entre los hombres. Hoy ya no es así. El santoral quedó atrás. Los nombres ya no tienen esa fuente ni provienen de una sola lengua, sino de muchas.

Ahora, ya no se colocan los nombres pensando en esas virtudes o valores, sino de acuerdo al gusto individual. Suficiente que lo sientan moderno, novedoso, eufónico, es decir, que suene bien, agradable al escucha. Nombres asociados a la jovialidad, al relax, sin adscripción a los valores y normas ascéticas de sacrificio y disciplina. Aldair en lugar de María, Brenda en reemplazo de Victoria.

Esas son señales de la presencia de una cultura democrática, abierta, menos rigorista, provisto de un espíritu lúdico, festivo, jovial y libre. En nuestro medio, incluso no respeta las formas gramaticales de su escritura; guía su preferencia sólo por el sonido grato de los nombres. La expresión radical de esta última lo encontramos en los sectores populares y andinos de la ciudad: Maycol en lugar de Michael, Dayan o Dayana en lugar de Diane, Deyvis en reemplazo de Davis o Anjhelina en lugar de Angelina, entre otros. Los nombres compendian la historia de un pueblo, de una comunidad, de una civilización, al mismo tiempo que grafican su espíritu, su ser psíquico y social, así como los imaginarios que acompañan a cada momento de su desarrollo. Está pendiente hacer su historia.

La preferencia por los nombres del santoral y sus significados es cosa del pasado y con ello el tiempo cultural de patronazgo celestial. Las nuevas preferencias revelan la presencia de un espíritu moderno, laico, terrenal, deseoso de lo nuevo y original.

El nombre “propio”, el anonimato, la máscara o maquillaje

El nombre nombra. Identifica. Distingue a las personas unas de otras. Da cuenta de su existencia, de su ser, de su individualidad. Pero a la vez, aproxima a los individuos en un plano de igualdad. Invitan a la familiaridad. Procura romper las brechas, las distancias. Contrario al apellido que denota distancias, respetabilidad, recato, distinción, moderaciones en las relaciones.

Con el uso del nombre “propio”, las trabajadoras sexuales dejan de ser AAAA, como aparecen en las ofertas sexuales publicados en *El Comercio* de los años ochenta o masajista o kinesióloga a principio de los noventa. Dejan la indeterminación y el anonimato para ser y existir. Dejan parcialmente el submundo, para aparecer en el escenario de la diurnidad. El uso del nombre “propio” coincide con la aparición en nuestra sociedad de lo que se llama cultura moderna y los valores de la individualidad. Es decir, el nombre no sólo nombra. Su función no es sólo crear ensoñaciones, sino también dar cuenta del momento cultural que se vive. Una cosa significa aparecer como AAAA o colocarse un nombre proveniente del santoral, y otra los nombres con que ahora aparecen en los avisos. Ser AAA, impersonaliza, establece parentela con las cosas. En cambio, el nombre “propio” personaliza, constituye a las trabajadoras sexuales en individuos. Los dos primeros tipos nos remiten al mundo de la tradición y el control rigurosos de la moral, y el tercero al mundo moderno y laico, donde la libertad se realiza en la preferencia individual y en la estética.

El nombre “propio” con que se presentan las trabajadoras del sexo en los avisos sexuales, cumple la función de la máscara. La máscara identifica a la vez que oculta. Externamente separa a lo que son de lo que no son, e internamente articula entre los que son. No es un nombre negativo, como excluido o terrorista. Es un nombre que renombra, que transporta a un mundo grato de fantasías.



Figura 9 Titular con nombre “propio”. *El Comercio* 2005.

Por ser lo que son y su actividad ser lo que es, es decir, marginal, el nombre “propio” femenino que se colocan las trabajadoras del sexo, es el puente que une las orillas de la realidad y la fantasía, tanto en los usuarios como en ellas.

Es el primer elemento ilusorio en los avisos de servicios sexuales. Es el primer impulso hacia el mundo de las fantasías sexuales.

El nombre femenino “propio” también cumple otra función. Es un artificio de aproximación entre dos desconocidos. Su propósito es romper una primera barrera existente entre la trabajadora sexual y el potencial usuario: la lejanía, la no familiaridad que está presente en una relación comercial del sexo. Pretendiendo construir en el imaginario una realidad inexistente: la de pareja, la de una relación personalizada. Figura imaginaria que beneficia a ambos. De modo que la mujer no aparece como puta, sino como princesa²⁷, como “pareja”, y el hombre no estaría haciendo sexo de paga sino sexo conquistado mediante la seducción, realizándose de este modo en la fantasía parte de su deseo.

En la prostitución, la mujer es representada como una “fría” mercancía que vende su cuerpo, y el hombre “tasador” negociante, que compra ese cuerpo, por lo que entre los sexos se establece una relación entre cosas en lugar de relaciones entre personas, que aquí se hace más antagónica que en otras. Si como dice el psicoanálisis lacaniano “no hay relación sexual”, es decir, la relación entre los sexos es por definición “imposible”, antagónica, sin solución final y la única base para una relación en cierta manera soportable entre los sexos, es el reconocimiento de este antagonismo cardinal, de esta imposibilidad básica (Zizek, 1989; 28), en el vínculo comercial del sexo, la fisura es mayor, por la naturalización del antagonismo que comúnmente en sus interrelaciones suelen establecer los sexos. Este es el mayor problema que los comercializadores del sexo desean romper. Aquí es donde el nombre “propio” femenino cumple una tercera función: que la relación comercial y antagónica de los sexos, no aparezca como tal.

²⁷ *Princesas*, es una película sobre el drama de dos trabajadoras sexuales que comparten las vicisitudes que se presentan en este oficio. El escenario es Madrid. Cayetana (llamada comúnmente Caye) es española y Zulema una muchacha dominicana. Hay una escena donde Cayetana y Zulema conocen en una fiesta a sus parejas de ocasión. Salen de la fiesta, muy de noche. Van a un lugar para tener sexo. Los varones van adelante y ellas atrás a cierta distancia. Caye le pregunta a Zulema “¿Tú, le vas a cobrar al tuyo? No. Le contesta Zulema. *Hoy no somos putas, hoy somos princesas.*”

De cierto modo en este juego de simulación aparece lo real, es decir, se restablece el corto circuito generado por el imaginario sobre las prostitutas como personas frías y calculadoras (la figura más emblemática de esta situación sería la prostituta echada en la cama o en postura, midiendo el tiempo de permanencia del cliente en uso de sus servicios), para dar paso a su otro rostro, como generadora de fantasías y otro tipo de socialidades no sólo en el terreno del sexo. De modo que así dejamos de ver en la prostituta sólo relaciones instrumentales, de cosas creando relaciones, y no de relaciones de personas a personas creando relaciones.

Paulo Coelho, en su libro *Once minutos* señala pasajes interesantes de este mundo de interacciones fantasiosas entre prostitutas y clientes donde el elemento de familiaridad y seducción es esencial. Una de sus pasajes resulta bastante ilustrativo: cuando el personaje María decide trabajar de prostituta en la discoteca Copacabana en Ginebra, Suiza; Milán, el administrador, le enseña los rituales de las interacciones y fantasías que rodean la prostitución:

“¿Lleva ropa interior bonita? – le pregunta

-Llevo una bombachita azul claro. Y sin sostén –añadió (María) provocativa. Pero todo lo que consiguió fue una reprimenda:

-Mañana, ponte bombacha negra, sostén y medias panty. Forman parte del ritual quitarse el máximo de ropa posible.

Y sin perder más tiempo y con la certeza de que estaba ante una novata, Milán le enseñó el resto del ritual. El Copacabana debía ser un lugar agradable, y no un prostíbulo. Los hombres entraban en aquella discoteca queriendo creer que iban a encontrar a una mujer sin compañía, sola” (Paulo Coelho, 2003: 79-80).

El nombre “propio” es un mecanismo utilizado para trastocar en la imaginación las interacciones mercantiles entre los sexos en la prostitución. Pero el uso del nombre “propio” revela otras fantasmagorías. Los que comercian con el sexo escogen nombres no tan rimbombantes ni tan angelicales o tradicionales, para que la fantasía del hombre crea, construya una relación más ligera a la vez que cálida.

El significado de los nombres en ellas

Todas las personas que laboran en ese oficio (sean callejeras o de establecimientos) toman un nombre, digamos de guerra, de trabajo, con el que ocultan el verdadero. Si en la primera parte de esta sección nos ocupamos de lo que puede significar en el hombre el empleo del nombre “propio” por parte de la prostituta, en esta parte nos referiremos a lo que pueda significar para la trabajadora del sexo. ¿Por qué escogieron esos nombres? ¿Qué significado tiene para ellas? ¿Al ponerse ese nombre pensaron cómo sería tomado por los otros a quienes están dirigidos?

Una primera respuesta tiene que ver con el propósito obvio en el cambio de nombre: ocultar, encubrir la identidad verdadera. Con la adopción del “nombre de combate” son y no son al mismo tiempo. Son ellas mismas y otras a la vez. Es el maquillaje con que ingresan a un mundo distinto al habitual.

Con el nombre de trabajo como maquillaje, ellas sienten ser diferentes de los demás. Sienten formar parte de otra sociedad, pequeña, dentro de ese otro grande, donde son incomprendidas. Es decir, el maquillaje garantiza el anonimato y el secreto al mismo tiempo que lo distancia de la llamada sociedad, creando en ellas una pequeña sociedad de iguales. Una igualdad fraterna entre las periféricas del sexo de paga. El nombre de combate que adoptan las trabajadoras del sexo es la máscara de la máscara. La máscara no es sino máscara de la máscara. Por eso con el “nombre propio” también se hacen anónimas, es decir vuelven a ser lo que en principio eran: AAA. De modo que los protege de responsabilidad en el ejercicio de esa sexualidad periférica expuesta al peligro, al mismo tiempo que los desprotege de los males.

Con el alias emerge en ellas otra persona, capaz de realizar actos, asumir comportamientos no habituales en el plano sexual, en su interacción con el cliente, en el mundo de la calle y el mundo de sus valores. Se dan licencias. Se liberan. Es el pasaporte para una actuación libre en el mundo de los *outsider* del sexo. Con el alias forma parte de ellos. El nombre de guerra hace que sean otras, igual que ellos; estableciéndose una identificación comunitaria entre pares. Pero esa liberación es sólo una ilusión temporal. Fenece cuando retorna a su casa, a su vida diaria, a la realidad, a su familia. A diferencia del nombre, que es personal,

la familia está contenida en el apellido. El apellido es el nombre de la familia con que se distingue a las personas. Usar el nombre pero no el apellido, también tiene el sentido de asumir responsabilidad personal en la transgresión social. Protege a la familia del estigma.

Tiene semejanza y diferencia con los que usan los hombres que actúan al margen de la ley, cuando toman un alias, una “chapa” de guerra. La diferencia es que ellas escogen el alias, en cambio en el caso de los hombres marginales, es habitual que otros lo hagan por ellos. La otra diferencia es que las “chapas” y nombres asignados al hombre marginal hacen referencia a su lugar de origen, a una característica física o defecto del carácter. Aquí resultan útiles los tres tipos de estigma del que nos habla Goffman (1970), para comprender el sentido de los alias. Los referidos a las deformidades físicas (el cojo Denis, Patita de Cuy). Los referidos a los defectos del carácter (el muerto X, el maldito de..., el violador de..., Satán) y los estigmas tribales de la raza, la nación y la religión (el Cholo Jacinto, el Cholo Coropuna, etc.). “Tatán” tuvo ese sobrenombre por un defecto de lengua. No podía pronunciar Tarzán y decía Tatán.

En cambio, en las mujeres, los sobrenombres más de las veces tienen otro origen y otro significado, distinto a los tipos de estigma en el mundo del hampa, cuando el propósito no es perverso. En el caso de las trabajadoras del sexo, ellas mismas escogen sus nombres de trabajo para crear situaciones de ficción, aunque estos no concuerdan con su figura. Como señala Vattimo: “El problema de la máscara es el problema de la relación entre el ser y la apariencia” (Vattimo, 1989: 14). Ya algo sabemos sobre el sentido en los hombres. ¿Qué significa en ellas ponerse esos nombres de guerra, como Brenda, Adriana, Nicole, Karen, Tania, Jessica, Katty, Solange, etc.? La respuesta que ellas dan es simple: “Me gusta”. Similar a la respuesta que la mayoría de la gente de la calle responde cuando se le pregunta por qué puso tal nombre o cual nombre a su hijo(a). Indudablemente su significado va más allá de lo racional. El gusto remite a algo o alguien con quien se ha establecido una relación emocional grata.

Darse un nombre o dar un nombre es un acto a la vez lingüístico y semiológico, en la medida que el nombre une a un conjunto de signos, o hace que ese nombre connote signos.

Llamarse con los nombres aludidos connota deseo de crear una imagen grata, de chicas modernas, comunes y corrientes como las que circulan en las calles de la ciudad. De sanear la imagen negativa de prostituta, sobre quien a lo largo de la historia se han construido discursos, imágenes, símbolos de mujer de un erotismo avasallador, de sexo voraz, insaciable y peligroso. En ella se concentra esa representación de mujer enigmática, seductora y fatal. Deseada pero no admitida. Que actualiza el temor fantasmal de los hombres a ser devorados y castrados por ella. Pero que, al mismo tiempo, es testimonio de cierta disidencia femenina con relación a la disciplina patriarcal y la asignación del rol femenino tradicional, en el cual ella debería ser la hija obediente, la esposa complaciente, la madre abnegada y sacrificada. La fiel del fiel, pero también del infiel, con total resignación. En el plano simbólico, lo que más se condena a la prostituta no es su oficio sino su posición transgresora que la sitúa por fuera del orden masculino. Fémina fatal y díscola. Depredadora de hombres, pero también de la moral y las buenas costumbres de la sociedad. Cuando los vecinos de las calles donde muchas de ellas han asentado sus dominios laborales, les echan agua desde la parte alta de sus viviendas para que se retiren, de algún modo no están sino expresando esa imagen perversa que se tiene de ella, que necesitaría de una limpieza. Con el agua se trata de alejarlas del lugar, pero también de expurgarlas de la marca social. Es un hecho simple pero a la vez expresivo de nuestra posición frente a lo licencioso.

El nombre “propio” es una forma de aproximación y de saneamiento de esa imagen social negativa construida de las prostitutas. Los nombres propios son todos modernos, juveniles, agradables, eufónicos para oídos también modernos. Los más cercanos al nombre real que les hubiera gustado tener. Por lo tanto, en la selección hay un goce subjetivo, que de repente no lo tiene con el nombre dado por los padres. Que si bien mediante ese falso nombre intentan ocultar una identidad legal, revela el espíritu moderno reinante de cambios, mutaciones en la mayoría de los sectores sociales y en diversos aspectos de la vida interhumana.

Nombres de “combate” y proceso de personalización

Como hemos podido apreciar, el proceso de personalización dentro de la prostitución se manifiesta en el uso de espacios privados para su ejercicio, así como en el uso del nombre “propio” por parte de las prostitutas. Tradicionalmente ellas trabajaban confinadas en los prostíbulos o libremente en algunas calles de la ciudad conocidas como zonas rojas. Hoy ha aparecido una modalidad distinta: el servicio más personalizado en un departamento, que pueden ser propios o no. Lo mismo acontece con el uso del nombre “propio”, que deja atrás el AAAA y el uso frecuente de los gentilicios. Antes para identificarlas mejor se prefería utilizar gentilicios que remitieran a la sensualidad y el exotismo: la colombiana, la cubana, la chilena, la charapa, etc., más que el nombre propio de combate.

En 1980, los avisos económicos todavía no contaban con una sección o suplemento especial, como ahora. Formaba parte del periódico, como cualquier otro componente. En la Sección 17 de Profesionales y empleados (*El Comercio*, enero 4 de 1980) hay 15 avisos de ofertas laborales, de esos, 9 avisos ofrecen servicios de masaje. De los 9, de acuerdo a la lectura dada, sólo 2 insinúan otro tipo de servicio aparte del masaje. Pero sólo insinúan. No hay propuesta directa como hoy. Cuando se refieren a las trabajadoras sexuales lo hacen como damas, masajes, señoritas o el clásico AAAA. Pero no usan nombres femeninos. En los años 1990, recién aparece el uso del nombre femenino en este tipo de avisos de servicios sexuales, y acompañados aún por el AAA. “AAAA Diana excelente atención, teléfono 240078” (*El Comercio*, enero 1990).

En cambio, a partir del año 2000, los nombres femeninos como título, así como la propuesta explícita de servicio sexual, son de uso común en los avisos de servicios sexuales. “Sandra” “Andrea”, “Kasandra”, etc. Sobre este proceso se ensayan algunas explicaciones. Una primera está relacionada con el proceso de personalización, que obedece a la fuerza de la estructura social, y la segunda, al deseo consciente o inconsciente de los individuos a crear ilusiones, fantasías en ese tipo de interacciones.

Vivimos un periodo de conmoción, de cambios inesperados en las costumbres. Desarrollo de una nueva forma de individualismo, distinta a la de la fase inaugural de la sociedad moderna, disciplinaria, universalista, rigorista, ideológica, coercitiva. El proceso de personalización expresa una “nueva manera de gestionar los comportamientos, no ya por la

tiranía de los detalles sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posibles, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible” (Lipovetski, 1998: 6-7). Es un proceso que corresponde a una sociedad flexible basada en la información y estimulación de las necesidades.

El proceso de personalización implica un “libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimidad del placer, el reconocimiento de las posiciones singulares”. Las aspiraciones del individuo se convierten en la gestora de instituciones. “El ideal moderno de la subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente en valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente” (Lipovetsky, 1998: 7)

El deseo de realización personal, el derecho a ser uno mismo, a disfrutar al máximo de la vida se vuelven valores fundamentales en la gestión del comportamiento y de ser.

Los anuncios de servicios sexuales de antes no tenían nombres; si los había era ocasionales. Hoy es a la inversa. Todos los anuncios tienen nombre de mujer y sólo ocasionalmente son genéricos.

El uso de un nombre “propio” por parte de las trabajadoras sexuales es una muestra de ese proceso de personalización, de individualización, de una nueva conciencia subjetiva, también vivida en otras esferas de la vida social. El mundo del folclore nacional es bastante ilustrativo. Antes, en los años 50, el empresario o promotor de espectáculos les ponía el nombre a los artistas: *Pastorita Huaracina*, *Jilguero del Huascarán*, *Picaflor de los Andes*, *Flor Pucarina*, etc. Estos nombres hacían referencia a su pueblo de origen; al hecho emblemático del lugar al que representaban los artistas del folclore. Pero no aparecían con nombre propio. *Picaflor de los Andes* no aparecía como Víctor Alberto Gil, ni *el Jilguero del Huascarán* como Ernesto Sánchez Fajardo. Más que individuos aparecían como representantes de un colectivo, de una región, de un pueblo. Hoy sucede todo lo contrario. En el nombre de las actuales artistas del folclore que gozan de popularidad, no hay alusión al lugar de origen. Son nombres propios verdaderos: Dina Páucar, Sonia Morales, Nancy Manchego, por nombrar sólo algunos. Si los nombres artísticos de antes expresaban el peso

de la comunidad, el amor al terruño, a la “santa tierra”, como gusta decir a los provincianos de antes, a su lugar de nacimiento. Hoy la gratificación es más personal. No se goza por representar a una región o lugar de nacimiento, sino por ser “yo mismo”. Por ser Dina o Sonia. Un goce subjetivo personal de afirmación muy grande; pero no es un individualismo que se encierra en sí mismo, como se pudiera suponer. (Simmel habla sobre la doble función de la puerta que sirve para entrar pero también para salir). Es un individualismo que si bien ya no representa a un pueblo, lugar o región, representa a todo lo nacional. No pertenece a un pueblo pero pertenece a todos los pueblos. No siendo de nadie en particular es de todos. En el uso del nombre propio está su identidad personal, pero también el nacional. Con el nombre propio dice yo soy yo, pero también yo soy como ustedes, nadie en particular. No soy ni pertenezco a un lugar específico, sino a todos los espacios, al colectivo, a todos, sin dejar de ser Yo.

En este caso el nombre propio personaliza al mismo tiempo que impersonaliza. Se trasciende a sí mismo.

3.4.2.4 Tipos de gentilicios y estereotipos sexuales

El uso de los gentilicios como titular en los avisos de servicios sexuales es reciente. En los años ochenta no figuran, como tampoco los nombres “propios” femeninos; aunque en el mundo real de la prostitución de antaño su uso tiene tradición.

Proviene del latín “gentilitius”, los gentilicios son nombres y adjetivos que indican el lugar de origen de las personas. Se utiliza para designar a las personas de un país, de una región, de una localidad.

Algunos avisos que aparecen en los diarios designan el supuesto lugar de origen de las mancebas como atractivo. Decimos supuesto, porque generalmente es sólo un artificio para seducir a sus potenciales clientes, pero que revelan los imaginarios sexuales masculinos en torno al tipo de mujer que goza de su preferencia sexual según el lugar de procedencia; los estereotipos sexuales dominantes, así como el mapa de sus fantasías, según los grupos sociales.

Los gentilicios de las damas de compañía que se utilizan en los anuncios de ofertas sexuales son de dos tipos: extranjeros y provincianos. Los gentilicios extranjeros son los más utilizados en los avisos dirigidos a los sectores sociales altos y medios; ahí el uso del gentilicio provinciano o local es poquísimo. En los avisos que se publican en días de semana sólo aparecen uno o dos, como: norteña, selva o charapa. Los fines de semana a partir del viernes hasta el domingo aumenta, pero poco en comparación con la cantidad de aviso publicado (por ejemplo, si hay 200 avisos un día domingo, 10 hacen referencia a la procedencia provinciana). (Ver Anexo 1).

En los anuncios publicados en los diarios menos serios, llamados “chicha”, dirigidos a los sectores populares y medios bajo, el recurso al gentilicio de las damas de provincia es mayor, y ocasionalmente el de las extranjeras. (Ver Anexo 2).

En ambos tipos de avisos sexuales, unos dirigidos a sectores sociales altos y otros a los sectores sociales bajos, el uso del gentilicio como título, es bastante menor en comparación al uso que se hace del nombre femenino como encabezamiento de los avisos. En los avisos publicados en los diarios populares es aun menos frecuente. Por ejemplo, en una tanda de 52 avisos publicados en el diario *Trome*, sólo 4 llevan título de “*Sra. Amazonas*”, “*Sra. Loretana*”, “*Sra. Iquitos*” y “*Cajamarquina*”. Ningún gentilicio extranjero. En otro diario popular como *El Chino*, de 20 anuncios publicados no hay ninguno que utilice el gentilicio como título, sea local o extranjero. Todos utilizan nombres femeninos como encabezamiento de los avisos. En estos diarios los gentilicios extranjeros, no aparecen como título frecuentemente sino como subtítulo o parte del texto: *Ariana “La colombiana”*, *Keyko “preciosa chinita”*. El gentilicio en sí mismo no tiene valor si no va acompañado de su correspondiente estereotipo como: “*Argentina, blanquita, ojiverde, cuerpo de modelo, rubia, b/pompas*”.

Antaño, algunas prostitutas que laboraban en locales públicos, como La Floral, México, El Trocadero, solían acompañar sus nombres con un gentilicio extranjero o simplemente se les conocía por su gentilicio, que unas veces resultaban ser verdaderos y otras no. Estos gentilicios, verdad o no, tenían en los usuarios un efecto real, les generaba un mayor goce, por haberlo *hecho* con una de ellas. De ello podían pavonearse. Hoy esto ha cambiado.

El giro de las preferencias hacia lo local-nacional expresa la lucha por lo real a nivel estético, más que por sujetos determinados según lugar de procedencia. En el mundo cotidiano no registrado de la prostitución de antes, el uso de los gentilicios era más frecuente que ahora, de modo que había una asociación directa con el estereotipo sexual correspondiente. El lugar de procedencia tenía un atractivo mayor. Hoy los estereotipos que acompañan a los gentilicios se movilizan con mayor libertad en los espacios de las trabajadoras sexuales locales, de tal manera que en la apreciación de los usuarios del servicio sexual, el lugar de procedencia pasa a ser secundario y más importantes los atributos físicos y las virtudes amoratorias. Como diciendo, no importa de donde vengan, lo importante es que tengan. Por eso se utilizan menos los gentilicios en la prostitución.

Los anuncios sexuales dirigidos a sectores populares raramente utilizan los gentilicios extranjeros para atraer clientes. El giro en las preferencias masculinas, en la revaloración sexual de la mujer local, no significa haber modificado las preferencias por las damas con cánones de belleza de tipo occidental, caucásica, sino la importancia de la proximidad, desde una preocupación sociológica y de mercado. Lima es un crisol de todos los pueblos.

El asunto de la preferencia no es tan sencillo, como parece. Un dato más, para complejizar este hecho que parece trivial. Una guapa joven trabajadora del sexo, de piel blanca, pelo castaño, de cuerpo esbelto, cuenta que por trabajo recorrió las ciudades del sur: Cusco, Puno, Arequipa, pensando que por sus características físicas iba a tener mayor éxito entre los hombres de esas ciudades que las locales. Cuenta que en Cusco y Puno no tuvo acogida. Los varones del lugar preferían contar con los servicios de las trabajadoras del sexo del lugar, físicamente semejante o igual a ellos. Ante esta situación se pasó a la ciudad de Arequipa, antes de retornar a Lima. Y allí sí tuvo éxito. Los hombres la preferían más a ella que a las lugareñas. Casi como sucede en Lima.

La realidad es más compleja que la fuerza de los estereotipos. La comprensión de este tipo de comportamiento sexual, podría darse a través de las categorías de cercanía-lejanía. Cuando las distancias físicas, biológicas, sociales y culturales son muy grandes, lo otro que atrae tiene un efecto contrario: aterra, aturde. Si el común de los peruanos gusta de parejas sexuales con las características de la trabajadora sexual, joven, blanca y bella, que relata su experiencia, no necesariamente es así en todos los lugares y circunstancias. Depende de las distancias y cercanías, reales o imaginadas, establecidas entre los interactuantes. Por el

contrario, cuando las diferencias, según la percepción de los usuarios, es menor y las distancias más cortas, la necesidad del otro que atrae se hace sugerente. Por lo que se busca acceder a ella. El uso de un nombre femenino “propio”, la promesa de “trato de pareja” y “complaciente” por parte de las prostitutas; el no uso de gentilicios extranjeros en los anuncios dirigidos al pueblo, son otros tantos mecanismos de aproximación, de seducción, que tiene que ver con ese espíritu. El asunto es romper las distancias existentes no sólo entre clientes y servidores, sino también entre la sexualidad periférica y la sexualidad institucionalizada.

Gentilicios en clase alta, media y populares

Las damas de compañía de origen extranjero forman parte del mundo de los deseos, los ensueños y fantasías de los sectores altos y medios altos, en mayor medida que en los sectores populares. La variedad de su menú sexual de procedencia extranjera es mayor. Aquí aparece nuevamente la figura de la distancia y la proximidad. Simbólicamente un gentilicio extranjero representa lejanía, distancia, que para este sector social tiene el encanto de la distinción, por lo que se busca poseer. Los gentilicios americanos, europeos y algunos latinoamericanos son los más utilizados, sobre todo de aquellos países identificados con los estereotipos de la mujer extranjera: blancas, cabellos y ojos claros, altas, bellas, cuerpo estilizado. O también con el cuerpo exuberante, sensual, femenino²⁸. Si las bellezas provincianas y locales son incluidas en este grupo social es por su exotismo, pero sin la prioridad de las primeras.

La mayoría de las mujeres que aparecen en los anuncios dirigidos al sector social alto, según los lugares de procedencia, son argentinas, uruguayas, españolas, húngaras (latinas, europeas, asiáticas). Todas encajan con el estereotipo de mujer extranjera ya señalado. Sólo

²⁸ Un relato puede servirnos para ilustrar la extensión de este tipo de preferencia. Cuenta un ex seguridad de Vladimiro Montesino Torres que, en su época de gloria durante el fujimorato, éste para sus sesiones especiales de sexo solía traer bellas mujeres del extranjero, generalmente de Venezuela, Colombia, Brasil o Argentina. El avión partía y aterrizaba en Las Palmas. De allí ellas pasaban de frente al local del SIN, donde el Doc y sus invitados especiales las esperaban ansiosos. Las damas de compañía que llegaban eran mujeres de figuras espléndidas, altas, espigadas, blancas, de pelo rubio o castaño, de fina fragancia que impregnaba el ambiente.

el exotismo puede disputarle la preferencia por la piel blanca: árabe, brasilera o japonesa. Lo mismo sucede con la preferencia por la mujer local. Sólo el exotismo, asociado a la belleza, tiene un peso mayor capaz de vencer el racismo a ultranza: tarapotina, charapa, oxapampina, o bella morena (no una morena, simple, sino tiene que ser necesariamente bella).

¿Cuáles son los prototipos comunes que acompañan a estas provincianas en oferta? Primero, hay una gran preferencia por las mujeres de la selva, las llamadas charapitas, loretananas, tarapotinas. Las preferencias por ellas no reside en las virtudes del cuerpo, sino en el trato sexual grato y complaciente. Son imaginadas como buenas amantes, ardientes. En los avisos aparecen unas veces como blanca, otra como canelita, clara, pero no las comunes, de carne y hueso, sino las representaciones gratas que se hacen socialmente de ellas. En el caso de las chicas de Tarapoto y las oxapampinas se explota la representación de su exotismo, producto de la mezcla entre la raza blanca, de raíz europea, con las originarias de la localidad. El atractivo de las cajamarquinas se basa en el estereotipo de ser blanquitas, bellas y sensuales.

En las piuranas y chicleyanas, el estereotipo no recurre al color de la piel ni el exotismo de oriente, sino a su amabilidad y el rostro bello: “Boquita rica y golosa”.

Principalmente se recurren a las “charapitas”. Así se llaman a las mujeres provenientes geográficamente del oriente del país. La mujer charapa es el estereotipo de mujer sexualmente disponible, ardiente, complaciente. Es una representación construida socialmente más allá de la voluntad y el deseo de ellas mismas, inclusive, pero grata.

En los avisos dirigidos a los sectores populares, la preferencia por la procedencia local está relacionada a lugares cuya significación social-sexual tiene ventajas sobre otras por las características atribuidas socialmente: *Sra. Loretana (Soy caliente como mi tierra. Muy sensual). Trujillana Catty muñequita, coqueta, bonita figura. Sra. Exótica. Charapita fogocita de colita insaciable. Viviana. Bella y sexy huanuqueña*). Y si una extranjera

aparece es alguien cercana o considerada cercana a lo popular (*Keyko. Linda chinita, traviesa, atrevida, excelente trato de pareja*).²⁹

El uso de estereotipos como mecanismo de seducción

En el momento de analizar el contenido de los anuncios con títulos en gentilicio, buscamos un guía conceptual que permitiera articular los sentidos presentes. No fue un hecho sencillo, por cuanto los encontrados tienen significados parecidos: arquetipos, prototipos, estereotipo, representaciones sociales, entre otros.

El primer dato para la selección del concepto más pertinente en este trabajo es entender que los gentilicios, como el conjunto de esos materiales que analizamos, enfatiza más la noción de realidad simbólica que la realidad fáctica.

¿En esta circunstancia qué categoría o conceptos pueden ayudarnos a encontrarle sentido?

El primero que juzgamos que pudiera ayudarnos fue el concepto de representaciones sociales, aquel elemento presente en el conocimiento de sentido común que hace inteligible la realidad física y social. Conforme se analizaban los gentilicios como datos, se encontró que éstos atribuían cualidades específicas a las damas de compañía según lugar de procedencia. Entonces percibimos que el de las representaciones sociales era un concepto muy amplio o muy general. Decir que las representaciones sociales son una forma de reconstrucción mental de la realidad general en el proceso de intercambio de información entre sujetos no era muy útil para este propósito.

Es así que en el proceso de confrontación de los datos con los conceptos, el concepto de estereotipo daba mejor cuenta. Los estereotipos son un conjunto de creencias acerca de las características de las personas de un grupo determinado que es generalizado a casi todos los miembros del grupo. En su uso moderno, un estereotipo es una imagen mental muy simplificada acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades o características

²⁹ Donde mejor se muestra la interacción más cercana entre personas de distintas procedencias, es en las fiestas populares. En el mercado de flores de Santa Rosa y Piedra Liza trabajan juntos japoneses y provincianos. Los primeros son productores mayoristas y los segundos son intermediarios, que les compran sus productos para venderlos a los minoristas y al público. Las fiestas costumbristas patronales en estos mercados tienen una marcada nota andina. Disfrutadas no sólo por los negociantes provincianos, del mundo popular sino también por los japoneses. En estos espacios se encuentran dos elementos de integración importante: el comercio y la fiesta. El dinero y el goce festivo-musical. No es raro ver japoneses (sobre todo

(estereotípicas) El término se usa a menudo en un sentido negativo. O más bien, los estereotipos actúan negativamente en la articulación de nuestras relaciones sociales, en cuanto conjunto de ideas preestablecidas que se aplican de manera generalizable sin considerar los cambios que puedan generar las circunstancias. Pero, no obstante, sirve como orientadores en las interacciones cotidianas.

Tipos de preferencia y las excluidas

En los diarios dirigidos a los sectores altos y medios, no interesa tanto resaltar la blancura de las mujeres extranjeras en oferta. Lo dan por sobrentendido. El interés aquí es otro: “*A-I, Sexy, piel bronceada (18 años), ojitos claros. Servicio especial*”. Lo mismo pasa cuando se trata de las piuranas. Se explota lo que hace falta o está ausente en ese grupo social: el exotismo. Bonito cuerpo, más una particularidad en el color de la piel, como para variar y aplacar las angustias.

En cambio en los diarios de consumo popular, aparte de los ya señalados: *como ardientes, sensuales, potoncita, amorosa y supercomplaciente, de colita golosa*, se resalta bastante que además son *blanquitas*. Lo que se procura mediante los estereotipos es cumplir con las expectativas de goce de cada grupo social. En unos más que en otros. Sus expectativas son las medidas de sus carencias.

Acompañados de la frase, como: *hermosa, sensual, rubilinda. Rubilinda, ojiverde, edad 18 añitos*, aparecen de vez en cuando frases como el que sigue: *Las garotas, belleza de impacto, guapísima morocha, medidas espectaculares, excelente cadera*.

Hay una división de la función social de la mujer en el placer. Y los gentilicios así como los estereotipos que la acompañan no hacen sino confirmarla.

Hay estereotipos sobre los lugares de procedencia y los tipos de mujeres que seducen la fantasía sexual de los hombres, pero también de las que están excluidas de esa función, y más bien cumplen otra. Las mujeres provincianas que figuran en las propagandas y en los avisos de los diarios aparecen porque sus lugares de origen evocan imágenes de placer y goce sexual exótico. (Las charapas: la de Loreto, de Ucayali, de Tarapoto). También se

hombres) zapateando un rítmico huayno moderno, como de Dina Páucar o música del Centro, abrazado con

pueden hacer subclasificaciones dentro de ellas mismas. Las loretanas son las más rancias, en cambio las de Tarapoto y de Ucayali son blancas.



Figura 10. Diario *El Popular* 2005.



Diario *El Comercio* 2005.

Las denominaciones femeninas que se emplean en los avisos sexuales pertenecen a regiones o lugares donde hay menos racismo o discriminación étnica. Por eso el uso de los estereotipos resulta interesante. Nadie coloca por ejemplo “ricas y hermosas puneñas o tacneñas”. No porque no hayan ricas y agraciadas puneñas o tacneñas, sino porque esos departamentos están asociados en el imaginario, el primero, con la laboriosidad, y el segundo, con el patriotismo y la heroicidad. La imagen de la bandera no erotiza. Como tampoco la laboriosidad de las provincianas.

Más allá de si es verdad o mentira que las trabajadoras del sexo sean originarias o no de esos lugares, lo que interesa es la construcción de esa representación social de ellas en cuanto a sexualidad y placer.

Los estereotipos asocian el lugar de procedencia de la mujer con las características de su sexualidad. Unas son para la cama, el placer y el disfrute sexual. Otras suspenden su sexualidad en aras del trabajo, la atención del hogar y la heroicidad. Como dos polos que no se complementan. En el sur, la zona pobre y cobriza del país, se encontrarían las mujeres para el trabajo, para el esfuerzo que solicita el progreso: puneñas, cusqueñas, apurimeñas; provincianas de piel oscura que aparecen en las propagandas estereotipada de detergentes. En oriente, nororiente y el norte, mujeres para la complacencia sexual.

En el estereotipo que orienta nuestra mirada, hay una mezcla de imágenes simplificadas de las mujeres que socialmente se maneja según lugar de procedencia, con racismo, imaginarios colonizados, aspiraciones, deseos y complejos personales.

Los estereotipos crean imágenes sociales que vuelven a sí mismos, fortaleciéndose.

CAPÍTULO 4

CORPOREIDAD Y SEXOCIALIDAD EN LAS FANTASÍAS SEXUALES

El texto o contenido de los avisos de servicios sexuales es la parte más llamativa y sugerente de estos anuncios. Mas no todo texto o contenido tiene ese atributo. Varía. El título del aviso orienta su contenido. Si el título corresponde a un tipo de servicios no sexual, el texto no tendrá la misma intensidad que aquellas que llevan el nombre de mujer y prometen placeres corporales espléndidos. Por ejemplo, el servicio de sauna, el contenido es, generalmente, como sigue: *“Cabinas a vapor y seco. Bellas anfitrionas. Atención personalizada.”* Como es notorio, aquí el texto se limita a informar. El de un establecimiento es así: *La casita del Relax presenta: Eva y Anita. “Debutante, primitas dispuestas a todo, de colitas provocativas”*. Miami Models *“Agencia internacional de modelos, anfitrionas, escort VIP, rubias, brunettes, bronceadas, mellizas”*. A diferencia del primer tipo de anuncio, el texto de estos últimos es más sugestivo, por cuanto no se limita a informar, sino hacer gustar del sexo de modo especial.

En cambio, cuando los anuncios llevan como título el nombre de una mujer, el texto es mucho más fascinante y rico en sugerencias eróticas. Por lo general, hacen una presentación de las virtudes corporales y lúbricas de la dama del oficio, en términos seductores y fantásticos. Habitualmente de la siguiente manera:

“Paolita (S/. 30) Bellísima, rubiecita, blanca, tetoncita 38B, quebradita, potoncita d’ 1.70 cm, delgada, finísima. Espejos, Videos XXX “Trato de Amante”. C/dpto. Miraflores”.

Cuando los títulos se refieren a mujeres de acuerdo al gentilicio, sea local o extranjero, sucede algo similar. Extranjera: *Holandesa. Espectacular Anfitriona rubia ojiverde natural 19 añitos Impactante medidas c/departamento. San Borja. No miento. Independiente”*. Local: *“Rica norteña. Hermosa chiclayana, joven, 26 años, blanca, exuberante (caderas 110) (busto 36B) potoncita quebradita muy cariñosa. Insaciable (no miento). Con depa. También hostales”*.

En esta investigación, nuestra materia prima son estos últimos tipos de avisos y textos. Éstos no sólo cumplen una función denotativa, referencial de datos explícitos, sino sobre todo connotativa, es decir sugerente, que trasciende los datos objetivos. Invitan a una interpretación más sugestiva de los códigos culturales e ideológicos del momento, presente en esas descripciones.

Por consiguiente, tomando en cuenta esas características, hemos clasificado los elementos seductores, acosadores de las fantasías masculinas en dos grandes categorías. Unas referidas a la corporeidad y otras a la sexociedad.

Generalmente, ambos elementos no están separados en los textos de los avisos sino imbricados. En ocasiones, uno de ellos resalta más que el otro. Dependiendo del público objetivo al que se dirigen los avisos. En los anuncios dirigidos a los sectores populares y medios se aderezan todos esos elementos. No así en los dirigidos a los sectores sociales A y B, donde se resalta sólo algunos aspectos, como por ejemplo los atributos corporales de la mujer.



Figura 11. Diario *El Comercio* 2005.



Diario *Trome* 2005.

Esta manera de categorizar los hechos es un primer paso para conocer las distintas sensibilidades que corresponden a los grupos sociales del país, según sus preferencias sexuales y eróticas, que, de uno u otro modo, están articulados a otras dimensiones de la vida social, como, por ejemplo, la política. Estas sensibilidades diversas presentes en nuestra sociedad, en momentos extraordinarios, buscan agruparse sólo en dos polos, basándose en elementos comunes que los diferencian del Otro. Así tenemos aquella propia de la cultura ilustrada, y aquella propia de la cultura popular.

El análisis de la variedad de avisos de servicios sexuales publicados en la prensa nacional en estos últimos años, ha permitido elaborar un conjunto de categorías que serán utilizados en este trabajo, procurando encontrar esas sensibilidades diferenciadas, en el plano de las preferencias sexuales, así como las características que marcan el momento cultural que vivimos.

4.1 CONSTITUYENTES DE LAS FANTASÍAS Y LAS PROMESAS DE PLACER SEXUAL

El texto o contenido de los avisos de servicios sexuales pueden agruparse en dos grandes categorías. Los referidos a la corporeidad y los referidos a la sexocialidad. La corporalidad comprende: edad juvenil, 18-19 añitos, chibolitas, figura espectacular, blanquita, piel canela, tipo extranjero, trasero de ensueño, redondos y bonitos, figura exuberante, rostro bello, finísima. La corporeidad se refiere a cómo ese cuerpo vive, se expresa, se emociona, siente, comunica, quiere; donde el cuerpo es sólo un medio, un instrumento para ello. La corporeidad es el aspecto físico, psíquico y anímico de lo corporal humano, moldeado en un determinado contexto.

Llamamos sexocialidad a un conjunto de elementos emocionales que acompañan o intervienen en el encuentro sexual de las personas. Ese concepto lo precisamos más adelante.

La sexocialidad se divide a la vez en dos subcategorías. Una referida a la promesa de trato amoroso, complaciente y de pareja. La otra, a la promesa de un servicio sexual placentero: superfogosa e insaciable, apasionada, servicio completo, sensual, provocativa. Cada subcategoría representa un aspecto de la sexualidad humana. La primera corresponde a su lado femenino y la segunda a su lado masculino.

La sexocialidad y la corporeidad participan como una unidad en el disfrute sexual, por lo que la división establecida en este trabajo es sólo con fines de análisis e interpretación.

Hay algunos otros elementos presentes en los textos de los avisos sexuales que escapan a la corporeidad y la sexocialidad, pero actúan como sus complementos, por lo que se toma en cuenta brevemente en el análisis, como el uso de accesorios y los estereotipos sobre los

comportamientos sexuales de las universitarias y chibolitas, o las imágenes de las modelos y anfitrionas.

4.2 LA CORPOREIDAD O LAS VIRTUDES DEL CUERPO FEMENINO QUE SEDUCEN

Los atributos físicos femeninos que se resaltan en los avisos se refieren a zonas de su cuerpo que gozan de preferencia en la sexualidad de hoy. Antes de señalar las características de estos atributos corporales que enervan los deseos sexuales masculinos y sus diferentes presentaciones conforme a las clases sociales, se señala una breve teoría del cuerpo que orientará nuestra interpretación.

Corporalidad y sociedad

Es casi una verdad consagrada, en nuestro medio académico, la creencia de que la teoría sociológica clásica ignoró el tema del cuerpo y las emociones, debido a su preocupación por “las similitudes entre las sociedades industriales capitalistas más que de las diferencias entre los seres humanos a lo largo de largos periodos evolutivos” (Bryan Turner, 1989, 273).

La causa principal de ello estaría en el cartesianismo que establece una dualidad constitutiva de todo sujeto en mente y cuerpo. Constitución jerarquizada en la cual la mente concentra la esencia humana, el raciocinio; la voluntad y el cuerpo el lado animal, instrumental, que necesita ser controlado por la mente y la voluntad racional. En los términos de Durkheim, un ser escindido en ángel y bestia. El homo dúplex desgarrado. Obligado a reprimir la parte bestial, la del placer individual por el deber moral impersonal (Durkheim, 2002). Programado hacia una progresiva represión de los instintos, de los apetitos, impulsos, deseos, donde la razón, la mente, juega el papel de control racional y moral.

El cuerpo no está ausente ni resulta secundario en la teoría de Durkheim; está presente, pero se le otorga una connotación negativa. Connotación negativa que tiene como fuente la tradición judeo-cristiana del cuerpo, que reprime el placer.

La presencia del cuerpo como instrumento de la acción, como fuerza laboral, como sujeto de dominación, como elemento de identidad social, como generador de vida social, como elemento de presentación, sí ha estado presente en la sociología clásica, aunque no con la fuerza que exigen los momentos culturales de ahora. Incluso, uno de los primeros en resolver ese dualismo occidental que acompaña la sociología tradicional es Tonnies mediante el concepto de voluntad natural, que tiene por objeto oponerse a la idea del pensamiento (en el que participan instintos, deseos, impulsos, sentimientos, etc.) como una entidad independiente del cuerpo, a lo que llama “voluntad artificial”, que supone la posibilidad de actuar en base a una reflexión instrumental. Ahí el cuerpo es el núcleo de la acción, por efecto del estímulo externo. “Entre ellos nos contamos los hombres mismos que nos experimentamos en el conocer, y cada uno de los cuales, además del conocimiento indirecto de todos los cuerpos posibles, tiene otro directo de sí mismo. Por medio de conclusiones necesarias aprendemos que a todo cuerpo vivo va unida una vida psíquica, gracias a la cual, del mismo modo, existe en sí y para sí, en la forma en que nos sabemos a nosotros mismos” (Tonnies, 1947: 23).

Lo mismo pasa con las emociones. Las emociones y el cuerpo están presentes en los trabajos sociológicos de Simmel, como fuentes generadoras de lo social al convertirse en el contenido de las interacciones humanas. En uno de sus ensayos más conocidos, *El problema de la sociología*, señala: “Instintos eróticos, religiosos o simplemente sociales, fines de defensa o ataque, de juego o adquisición, de ayuda o enseñanza e infinitos otros hacen que el hombre se ponga en convivencia, en acción conjunta, en correlación de circunstancias con otros hombres; es decir, que ejerza influencia sobre ellos y a su vez la reciba de ellos. La existencia de estas acciones recíprocas significa que los portadores de aquellos instintos y fines, que los movieron a unirse, se han convertido en una unidad, en una sociedad” (Simmel, 1986^a: 16).

Otros aspectos de la sociología simmeliana, vinculados a la sociología del cuerpo y las emociones, son el análisis sociológico de los sentidos y su relación necesaria con las sensaciones de agrado o desagrado que existe en una configuración social. Ahí, Simmel da

cuenta cómo la percepción del otro es fundamentalmente captada por los sentidos, su presencia en el espacio impresiona nuestros sentidos. Así, para el Simmel “La cuestión social no es sólo una cuestión moral, sino también una cuestión nasal” (Simmel, 1986^a: 687).

El advenimiento de la vida moderna augura, en los clásicos de la sociología, como Simmel y Durkheim, una nueva etapa en la que las emociones y el cuerpo van perdiendo sus significaciones tradicionales. Desde esa perspectiva, interesa saber la visión del cuerpo y la corporeidad ahora, sobre todo sus significados dentro del ideal estético femenino, así como en el terreno de la sexualidad y el erotismo. Los anuncios aparentemente banales sobre servicios sexuales que se publican diariamente en los medios escritos pueden ayudar a encontrar las respuestas.

4.2.1 Atributos del cuerpo femenino que seduce

En esta sección primero se presenta la preferencia mayoritaria por un tipo de cuerpo y belleza femenina que deleita a los hombres; posteriormente sus variaciones, según las categorías sociales de pertenencia. Aunque esta diferencia no es tan mecánica como pareciera, pues, tal como veremos en el transcurso de la presentación de este trabajo, los gustos y preferencias se van entremezclando debido a una mayor circularidad de las culturas por efectos de un fenómeno tan generalizado como la informática y la cultura del lujo.

Las propagandas y los avisos sexuales hablan sobre el prototipo de belleza y cuerpo preferido sexualmente por los hombres en la actualidad. La descripción escrita de las mujeres y las imágenes fotografías que acompañan algunos avisos son todas de rostros bellos y cuerpos atractivos. Los cuerpos atractivos son cuerpos de modelo (para los sectores sociales altos) y de vedette (para los sectores populares).

El tipo modelo es cuerpo estilizado por el ejercicio. Figura espiada, cintura delgada, vientre plano, glúteos redondos, perfectos, firmes; senos bien formados y rostro bello. En la vida cotidiana se luce utilizando pantalones ceñidos o ultracaderas, ropa interior del mismo

tipo, polito que muestra el ombligo y el encuentro de los senos de manera desinhibida. Lo que manda la TV mundial: modelo, rostro de porcelana, talla 1.70, hombros anchos, poca cadera, buenas pantorrillas. Hermosa.

Por lo mismo, hay una fuerte tendencia a cuidar la imagen corporal, a preocuparse por la estética y la belleza. Un creciente narcisismo y desarrollo del ego.

Las mujeres jóvenes sueñan con ser bellas. Y no sólo las mujeres jóvenes o adultas, sino también las adolescentes. Un estilista local informa que las adolescentes (de 13, 14 y 15 años) ya hacen cosas de grande, como prótesis para mamas, por ejemplo. Esta preocupación por la estética corporal es mayor en el sector social alto y medio-alto. Pero también en los sectores populares emergentes. El Gym del Mega Plaza ubicado en Lima Norte, que comprende a una población de clase media popular, es uno de los gimnasios más concurridos de la ciudad. Y la mayoría de sus usuarios residen en la zona.

Los patrones estéticos femeninos: blancas, bellas, esbeltas y de buen trasero

La primera condición de la belleza corporal femenina en la cultura occidental de ahora es la delgadez. Hay una propaganda en la televisión local de un agua mineral (hecha sólo con mujeres) que ilustra con precisión esta idea de siempre verse en forma, es decir delgada. La joven mujer que aparece ahí es guapa, delgada, cubierta de una diminuta ropa deportiva que muestra su cuerpo esbelto. En la mano tiene una botella de la referida bebida. La frase que caracteriza al producto es *con San Mateo te ves mejor*. Esta joven cuando deja el producto en la mesa, se transforma en una mujer regularmente gorda que inmediatamente pide una *pizza*. Es decir lo contrario a la actitud de la mujer de cuerpo en forma que tiene que abstenerse de esa apetencia.

Las propagandas de los salones de estética corporal tienen el mismo mensaje. La compañía de belleza *Lain*, pasa un spot de propagandas en la televisión, en la que muestra diversos tipos de cuerpos femeninos. Todos esbeltos, delgados, atractivos. Ahí, se glorifica la delgadez y la parte bien formada del cuerpo, que va de la cintura al muslo, es decir la posadera. Tanto es así que en la referida propaganda se encuadra en secuencia rápida todo

tipo de traseros: todos atractivos, curvilíneos y firmes, plantados en un cuerpo estilizado. Aquí también la gordura aparece como una condición para el estigma social.

Al respecto en la internet hay un ejercicio de *photoshop* bastante ilustrativo³⁰, titulado *Crazy photoshop skills*. En primer plano aparece la figura de una mujer blanca de cuerpo muy voluminoso, semidesnuda, de espaldas, mostrando las nalgas, que ha girado el rostro hacia la cámara. Tiene los cabellos negros, cortos y su cuerpo muestra crudamente los kilos de exceso que cubren todo su ser: trasero, espaldas, senos, piernas brazos, etc. El objetivo es mostrar cómo esta supuesta antibelleza se transforma en mujer bella mediante el procedimiento mágico del photoshop. Sin duda alguna, ésta es una de las operaciones más violentas contra el cuerpo, mediante el cual se muestra el valor de la estética, así como el de belleza dominante en nuestra sociedad. La secuencia dura 3.27 minutos, y en ese tiempo la mujer descrita anteriormente sufre poco a poco el cercenamiento de su cuerpo gordete hasta transformarse en una mujer atractiva de cuerpo delgado. Primero, comienza a quitar grasa de las pantorrillas, luego de los muslos y las piernas. Posteriormente de las espaldas, las nalgas, los brazos, los antebrazos, las espaldas, el cuello, el rostro, los pies, las manos. Es un juego alucinante de cómo esa figura “antiestética” se transforma poco a poco en mujer bella y seductora según los cánones de belleza dominante en la cultura occidental de hoy ¿Y cómo es esta mujer bella?: Es delgada, de piernas largas, rostro bello, de facciones finas, cintura estrecha y quebrada, trasero bien formado y senos protuberantes. Es una belleza bastante sexualizada.

La figura inicial de la dama sometida a la operación y su producto final, es una especie de muestra del itinerario histórico de la idea de belleza en la cultura occidental. La figura femenina rolliza objeto de la mutilación casi escultural en nombre de la estética occidental contemporánea es semejante a la Venus desnuda de Willendorf, de 24 mil años de antigüedad, que está en el museo de Viena, y que grafica el ideal de belleza de esos tiempos. Esta comprobación ratifica la idea de que la noción de belleza no es absoluta ni inmutable, sino que ésta cambia según los tiempos, las culturas y las sociedades. Lo que antes era grato y estimulaba nuestros deseos hoy no lo es, ni lo que hoy es, continuará siéndolo permanentemente.

³⁰ Ver en <http://www.youtube.com/watch?v=8dJujKM635s&feature=related>.

¿Acaso en este ejercicio del *photoshop* no está graficado de manera franca y brutal, el ajuste de cuentas con un cuerpo no grato, causa de la ansiedad, la depresión, la imagen pobre de sí misma, la baja autoestima que esa condición causa en la mujer de la ciudad? ¿Acaso en este cercenamiento no hay una complacencia con la presión social que sufre la mujer por conseguir un cuerpo delgado, inclusive hasta llegar al desorden psicológico y comportamientos compulsivos en relación con la estética?

Todas las sociedades y culturas, a lo largo de su historia, han desarrollado sus ideales de belleza, sobre todo el ideal de belleza femenina (Eco, 2004). En la actualidad, los medios de comunicación y la presión del ideal estético fomentan un horror con relación a nuestro cuerpo, si no concuerda con los cánones estéticos dominantes, llegando a crear problemas de identidad y de aceptación de la propia imagen. Y por el contrario, si concuerda, un comportamiento de orgullo, estableciendo vínculos sociales gratos con uno mismo y con los otros.

La idea de marcada preferencia por la esbeltez, la delgadez, predominante en las clases socioeconómicas altas de nuestra sociedad, tiene sus bemoles. Parece ser más un discurso público que aceptación práctica de los cánones de belleza femenina proveniente del exterior, pues en lo privado, por lo menos para la intimidad hay preferencia por un cuerpo con mayor proporción de carne. Así lo revela por ejemplo, el enorme éxito de un comercial de verano, donde la modelo Vanessa Tello, aparece sólo tres segundos mostrando de espaldas una contorneada figura en bikini, con una posadera bastante generosa. Tiempo suficiente para causar calenturas en el público masculino de todos los grupos sociales. Cuerpo más exuberante que el de la otra bella modelo, Melissa García, que también aparece en el mismo comercial, que se pensaba que iba ser la atracción por poseer los atributos corporales más cercanos a las públicas preferencias estéticas del sector social alto, pero no fue así³¹. Esta preferencia de un cuerpo exuberante lo revelan también algunos avisos publicados por *El Comercio* en los años 2002-2005, sobre todo, que se aproximan a la descripción de los cuerpos femeninos que aparecen en la prensa popular.

³¹ Ver <http://www.youtube.com/watch?v=81slsr16Ac>

En los avisos de servicios sexuales, se enfatiza y expresa el ideal de cuerpo femenino bello y sensual, en tanto los cuerpos que se presentan o representan son cuerpo-objetos para la satisfacción sexual. Y aquí surge otro tema de la fenomenología social: el cuerpo se crea a partir de la mirada del otro. En este caso la mujer crea su cuerpo real/imaginario conforme al deseo del varón (los lacanianos dirían su deseo es el deseo del otro). Pero no sólo crea un cuerpo para satisfacción del otro, que al mismo tiempo es su propia satisfacción, sino también para el consumo grato del otro, que al mismo tiempo es su propio consumo. Dicho de manera franca, en este tiempo en nuestra cultura hay un tipo de preferencia corporal que está relacionada a un tipo de erotismo, a un tipo de satisfacción sexual, donde el cuerpo cumple una función muy importante, más que en cualquier otro tiempo o época. Específicamente los senos y el trasero, el delante y el atrás, pero sobre todo el atrás. ¿Por qué gusta esta parte del cuerpo femenino ahora más que antes? Es una pregunta que merece ser respondida de alguna manera, tal como lo hacemos más adelante.

En resumen: el tipo de cuerpo femenino que gusta, que atrae las miradas y forma parte del ensueño y las fantasías sexuales masculinas de estos tiempos, es un cuerpo joven, sensual, esbelto, bello y que tenga un trasero atractivo y unos senos generosos, acompañado de un rostro agradable.

Si hubiera que jerarquizar en la anatomía femenina la parte que atrae más las miradas, ésta sería el trasero. En la radicalidad preferencial por esta parte del cuerpo, a veces no importa ni la cara. Con un bonito trasero es suficiente. Así se cumple el dicho: *“Cara de espanto, culo de encanto”*.

Un trasero atractivo es aquel que se caracteriza por el tamaño, la forma y la firmeza. Si bien este tipo de preferencia es generalizada en la erótica urbana, varía en el tamaño, en la proporción, según las clases sociales.

Rasgos sociales de los cuerpos y erotismo según clases sociales

El cuerpo, como metáfora del sistema social, ayuda a explicar una amplia variedad de patrones culturales presentes a través del rostro, las formas sensuales de los cuerpos, las

curvas, las miradas, las sonrisas, los giros, lo que muestran y ocultan. Como también una evidencia sustancial del estado espiritual de las personas.

Siguiendo con nuestro modo de exposición, a continuación compararemos las preferencias, según los grupos sociales básicos de nuestra sociedad, tomando como fuente los tipos de cuerpos descritos en el texto de los anuncios de servicios sexuales que se publican en cada tipo de diario, según al sector social al que están orientados. Lo publicado en *El Comercio* posibilitará dar una mirada a las preferencias de los sectores sociales medios y altos, y los publicados en los diarios populares a las preferencias de los sectores populares y medios bajos. Las fantasías sexuales que enervan la libido masculina varían de acuerdo a los grupos sociales, como veremos a continuación. Estas preferencias diferenciadas dependen de muchas razones, las cuales trataremos de descifrarlas.

Cuerpo de modelo en los sectores altos y medios



Figura 12 Tipo de cuerpos en El Comercio. Mayo 2003

Los anuncios dirigidos a los sectores sociales altos y medios hacen referencia a un cuerpo femenino juvenil, de bonita figura y a un tipo de belleza que es la dominante en el discurso: *“Finísima gringuita, espléndida figura”* (Brizzet, 18 años). *“Rubiecita ojiazul delgadísima 18 años”* (Connie, 18 años) *“100% natural 18 cumplidos piel rosadita. Rostro perfecto cintura pequeña sin estafa”*. Gringuita *“Modelo profesional 1.79”*, y sólo ocasionalmente, *“Perfecta anatomía, grandes caderas, cintura pequeña, totalmente verdadera”* (Anie, 19 años) publicado en *El Comercio* en el año 2004.

Como se ve, una constante es la edad: jovencitas de 18-19 años. La otra constante es que son blancas, de cabellos rubios. La tercera constante tiene que ver con la belleza corporal, es decir rostros perfectos y bellas formas anatómicas. Por tanto, bonita figura significa ser joven de cuerpo perfecto, cuerpo de modelo, alta, delgada, espectacular.

En este sector social las preferencias son por un cuerpo más cercano al tipo nórdico, euro-americano. Aunque las señales de preferencia por un cuerpo del tipo latino, como de la cantante Selena, está en la referencia a “*grandes caderas cintura pequeña*”. Es como si en este aviso hubiera una disputa entre el estereotipo y la realidad de los deseos.

Ver si en verdad los atributos corporales descritos en los avisos concuerdan con los de las trabajadoras del sexo reales y concretas, no interesa mucho. Lo que en verdad interesa es saber que en esos avisos está graficado el imaginario actual con relación a las preferencias por un tipo de cuerpo femenino, por un tipo de trato y goce sexual.

Cuerpos atractivos de vedette en los sectores populares



Figura 13. Diarios populares: *Trome*, *Ojo* y *El Chino*, años 2004 y 2007.

Si bien el rostro bello y un tipo de cuerpo femenino hermoso es la constante en todas las clases sociales, varían conforme a sus diferencias culturales.

En los avisos de servicios sexuales dirigidos a varones de los sectores sociales populares y medio bajos, en primer lugar, se abunda en la descripción detallada de las virtudes corporales femeninas que atraen sexualmente, focalizándose en la belleza, los senos y el trasero; en segundo lugar, en la promesa de un trato cordial. Lo que no sucede en los avisos dirigidos al sector social alto. Allí es suficiente con señalar que son chicas espectaculares, chicas de impacto, chicas de lujo. Más aun ahora, que a raíz de la amenaza de prohibir la publicación de este tipo de anuncios, en *El Comercio* se limitan a ser simplemente un

anunciado: “Bella top model. Encantadora modelo Vip atención hoteles. T (511) 98995-8506. www.exoticlatins.net o “Abania A-1 Modelito exclusiva con departamento privado. Miraflores 9997680858. www.peru69.com/florcita.htm.” (El Comercio 12 de julio 2008).

En cambio los avisos dirigidos a los sectores populares, no obstante las amenazas, continúan siendo bastante expresivos en sus preferencias sexuales:

“Paola, 21 años. Bellísima tarapotina, blanca rubiecita 21 años, full potoncita, de busto 38B. Trato de amante” (Trome, 20 de julio 2008).

“Sabrina. Hermosas, provocativas, insaciables, ardientes jovencitas de esbelta y exuberante figura. Atendemos las 24 horas. www.sabrinachip.com” (Correo y Ojo, 24 agosto del 2008).

En estas dos muestras de avisos que citamos, se expresan el gusto y la preferencia populares por un cuerpo exuberante, sobre todo en trasero y bustos. Traseros y senos exuberantes: potoncita y “tetonita” como dicen algunos avisos. Un prototipo de ese gusto son las vedettes. Aquellas artistas de farándula que aparecen en las portadas de los diarios “chicha” mostrando senos y traseros abundantes, generalmente, gracias a la cirugía.

En los avisos para los sectores populares, se resaltan esas partes del cuerpo, pero también el trato y la calidad en el servicio. Como se ha señalado anteriormente, en esa forma de presentación se expresan la dualidad en la relación entre los sexos en la intimidad. Por un lado, la calidad del placer sexual a partir de un cuerpo sensual, y por otro, la calidad de la relación a partir del “Trato de amante”. De ahí la promesa grata y la disposición abierta a realizar las fantasías sexuales masculinas, cuyas pistas se encuentran en las palabras de “insaciables” “ardientes” y “provocativas”.

Una explicación sobre las diferencias y las similitudes

El gusto diferenciado de los distintos grupos sociales por un tipo de cuerpo femenino, puede tener diferentes explicaciones, desde la distinción (*habitus*) de Bourdieu, desde el

proceso civilizatorio de Elías o desde el fundamento dual de la colectividad social de Maffesoli.

La explicación desde la distinción de Bourdieu es que en el gusto social se hace evidente la relación entre el gusto y la educación. Así, el buen gusto, considerado refinado y exquisito, acompañado por el placer estético, tiene relación con la clase alta que es generalmente educada.

En los sectores altos la ética de la sobriedad está a favor de la esbeltez. Cuanto más alto es la jerarquía social, el gusto por la esbeltez es mayor. Cuanto más bajo es la jerarquía social, está más cerca de la exuberancia y la abundancia.

En las preferencias y diferencias de los cuerpos femeninos, entre esbeltas y llenitas, se expresan los estilos de vida de las clases sociales, donde la privación y la satisfacción son los referentes. Y esto no sólo en términos materiales sino también anímicos, espirituales.

Bourdieu (1988: 179) nos habla de una moral de la buena vida de los sectores populares, que gusta de comer bien, beber bien; y que sabe entrar en una relación generosa y familiar con las cosas. Dentro de este parámetro están sus preferencias sexuales, que en nuestra cultura se expresan en el gusto por las caderas pronunciadas, glúteos atractivos, pechos redondos, turgentes. Todo lo que cabe dentro de ese parámetro llamado *bien proporcionado*.

Así se establece una relación inversa entre sector alto, la idea de abundancia y supresión de restricciones, y los sectores populares y la idea de carencia y austeridad en el terreno del sexo, la comida, la bebida y el disfrute.

Una de las características de los sectores altos y medios altos es una mirada más racional del mundo y la vida. No sólo en términos de buen pensar, sino en gustos más moderados capaces de sacrificar los placeres y apetitos inmediatos por satisfacciones futuras. El tipo de relación que establecen con la comida y el sexo tiene como base este tipo de disposición frente al porvenir así como con la racionalización de los hechos. En los sectores altos es fuerte esta propensión a subordinar los deseos presentes a los futuros. Siempre que éstos no sean superiores.

Contrario al sensualismo materialista de los sectores populares, a su espíritu hedonista, que busca satisfacer al día “los buenos momentos”. No hay en él ánimo de postergación. Una especie de enamorado de la vida en ese momento y por ese motivo, incapaz de postergar sus encuentros.

Bourdieu utiliza el concepto de gusto de lujo y gusto de necesidad para establecer la relación del consumo con las características de la condición social.

El primero es propio de individuos que han resuelto altamente su necesidad y cuentan con la facilidad que otorga el tener capital. La segunda es propia de aquellos que no tienen otra opción que aceptar lo disponible.

Si bien en el terreno sexual el tipo de cuerpo que se desea es una “elección forzada producida por unas condiciones de existencia”, el gusto de consumir uno y otro está guiado por la preferencia personal, en este caso por el gusto de lujo. Gusto de lujo porque lo que se ofrece para el consumo sexual, aunque sea en el terreno de la fantasía, es el que mejor se acomoda a los gustos más exigentes de cada clase social.

En los medios se ofrece el cuerpo femenino ideal, la belleza ideal, el trato sexual ideal, el goce sexual soñado. Y se ofrece así, porque el gusto, las preferencias sociales de ahora se han hecho más exigentes. Aquí lo tomamos sólo como síntoma de una corriente cada vez más creciente en los grupos sociales: la del lujo. Los ofrecidos no son cuerpos ordinarios, comunes. Son cuerpos de lujo.

El lujo se hace extensivo en la sociedad y se dirige a todos los sectores sociales. Sin la exclusividad de antes. Preferentemente a aquellos que tienen mayor facilidad para acceder a él. Pero los otros sectores sociales también pugnan por alcanzarlo en todos los terrenos. El del sexo es uno de ellos.

Según Elyette Roux (Lipovetsky, 2004) el lujo es lo deseable. El que nos mantiene a cierta distancia de otros. Aquello que uno presenta por encima de lo ordinario y lo simple. Satisface una dignidad; pero lo más importante es que está relacionado al vitalismo y al placer de los sentidos. Es decir, contiene los elementos que caracterizan nuestro tiempo y nuestros gustos.

Si bien en el discurso de Bourdieu, la posición social y la estructura dan cuenta de las características y los gustos de los individuos, en época de la modernidad fluida del que habla Bauman, las experiencias subjetivas individuales escapan de las disposiciones interiorizadas orientadores de la acción social. En las sociedades modernas, hay un desfase, una no correspondencia entre la posición social y las experiencias, ahí “... los individuos tienen dentro de sí mismos una auténtica capacidad para la autodefinición y para la organización subjetiva de los significados” (Elliot, 1997: 28).

En este tipo de modernidad difícilmente se puede establecer una correspondencia directa entre aparato y experiencia subjetiva.

4.2.2 El trasero como epistemología o elemento de identificación

En una ocasión, la cantante colombiana Shakira dijo públicamente que se sentía orgullosa, entre otras cosas, por tener el culo latino de Jennifer López. Esta frase que puede parecer farandulero, en un sentido cultural, es sustantiva. Muestra que la identidad pasa por el cuerpo. A través del cuerpo se define el significado social de ser hombre o mujer, niño o anciano; europeo, africano, asiático, americano, latino; pobre, rico o de clase media; caucásico o indígena.

La identidad a través del cuerpo es previa a la identificación ideológica, política, cultural o económica. Se basa en la apariencia y la experiencia común de compartir un físico similar, diferente al de los otros de manera directa. La identificación popular-andina en el Perú a través del cuerpo pasa por la experiencia de poseer un cuerpo cobrizo, de estatura baja, de una estética facial distinta al blanco, manos y piernas duras hechas por y para el trabajo también duro.

En la frase de Shakira hay un orgullo femenino que tiene como referente central el trasero. Y no es una casualidad, pues es la zona del cuerpo femenino que la cultura anglosajona desdeñó y tomó como señal de indistinción vulgar de los latinos en los Estados Unidos. Pero el orgullo no se basa sólo en esa parte del cuerpo sino en lo que éste significa en la cultura latina, como elemento de una sensualidad distinta al establecido y difundido en el mundo occidental por la cultura hegemónica: la delgadez del cuerpo femenino, como ideal de belleza.

Dentro de la atmósfera orgiástica y sensual, que se vive en estos tiempos, la parte del cuerpo femenino donde se ubica preferentemente la mirada erótica de los hombres, sobre todo en una anatomía esbelta, es en el trasero.

Un trasero atrayente en nuestra cultura hedonista se caracteriza por su firmeza, la redondez de su forma y el tamaño. Una forma bonita es aquella que se asemeja a una gota de agua, o a la forma de un corazón invertido: por la cintura, delgada; y por la parte de abajo, la de un melocotón: redonda y firme.

Su mayor belleza está en la forma que armoniza con la cintura y con las piernas. Un talle esbelto, donde la cintura delgada y quebrada es el comienzo y una pierna armoniosa el fin.

La mejor relación de medida cintura-cadera, hace que las curvas femeninas resulten muy sensuales. Hace poco científicos británicos elaboraron una fórmula matemática para medir el atractivo sexual femenino y sus contorneos sensuales, que se basa en la proporción entre la anchura de la cintura y las caderas (*La Primera*, 29 de agosto de 2007, p. 18).

Esta parte del cuerpo preforma toda la estética corporal femenina, de modo que inevitablemente un buen trasero se vislumbra no sólo desde atrás sino desde adelante y más aun de perfil. El tipo de ropa femenina que suele usarse en la actualidad es un buen aliado para resaltar esa parte del cuerpo.

Un cuerpo con estas características a la vez que tonifica el deseo sexual masculino otorga vanidad femenina a su dueña, que muchas veces se expresa en la coquetería. De allí el sentido exacto de la frase popular, frente a este tipo de mujer: “*sabe lo que tiene*”. A partir del cuerpo que posee, la mujer toma conciencia del rol de su cuerpo como elemento de poder y de identificación en el concierto de los sexos: inquietante, perturbador, desquiciante. Por eso, la religión en occidente condena al cuerpo femenino y más aún al sexo. De modo que, en su narrativa, el hijo de Dios nace de una mujer virgen y de un padre casto. Sin sexo de por medio. El cristianismo es la única religión de los que tienen escritura que se avergüenza del cuerpo, del sexo, condenando al cuerpo que goza.

El cuerpo es un referente obligado del diálogo entre las personas y mayor aún entre los sexos, en tiempos orgiásticos. El trasero es una de las partes que distingue a los sexos. El de la mujer gusta, porque estéticamente es atractivo, distinto al del hombre común.

Estamos en un tiempo en que esa parte del cuerpo femenino se ha constituido en un referente obligatorio de la identidad de género, clase, raza y etnicidad que invade lúbricamente los imaginarios y fantasías masculinas, sin precedentes dentro de la historia. El éxito de los salones de estética se sustenta en esta gran corriente cultural. Si antes lo más usual eran los salones de belleza, ahora son los gimnasios, y los centros de estética del cuerpo.

Hay una empresa de estética femenina que publicita en la televisión local imágenes de cuerpos femeninos delgados destacando la cintura, el trasero y el muslo, mostrando en secuencias rápidas distintos culos, todos estéticamente bellos y atractivos, mientras que el locutor en *off* estigmatiza la gordura. Se expresa así el ideal de belleza femenina ahora: delgada, esbelta con buenos glúteos.

Otras propagandas comparan cuerpos femeninos en un antes y un después. Un antes presenta un glúteo femenino de pena, caído, sin curvas; consiguientemente sin atractivo. La lógica de este tipo de propaganda no hace sino manifestar el hedonismo de hoy que reduce el goce de los sentidos a la posesión o visión gratificante de unas caderas bien formadas.

Toda la humanidad de este tiempo se reduce a esa parte de la anatomía femenina. Esto es la mayor expresión sintomática del significado que ha tomado esta parte del cuerpo femenino en nuestra cultura urbana. De modo que no hay propaganda o exhibición de prendas modernas para damas, o de bebidas espirituosas para caballeros, que no muestre esa parte del cuerpo femenino.

¿Por qué esta parte del cuerpo se ha constituido en un atractivo sexual?

Hay dos motivos, de carácter sexual. Uno estético y otro profano.

El estético está relacionado con el espectáculo sensual que brinda un bonito trasero, más aún en postura perruna durante la intimidad de los sexos. Es decir, con el aspecto visual y táctil del erotismo masculino. El segundo, de contenido más simbólico, tiene que ver con el carácter transgresivo de la práctica del sexo hecho por ahí.

Esa parte de la anatomía humana siempre se ha mostrado como obscena dentro de la cultura prohibitiva judeo-cristiana, y censurada para la práctica sexual por considerarla sucia e

inmoral. De tan sólo mostrarlo ofendía el sentido público de la decencia. Así lo han entendido los productores de pornografía, por eso no hay pornografía que no incluya el atrás dentro de sus escenas de sexo.

La preferencia actual por el trasero revela un cambio dentro de las prácticas sexuales humanas, que rebasa la autocensura y la educación prohibitiva. Señal de que estamos en el terreno de una sexualidad permisiva, licenciosa, ansiosa de placer. Es el deseo obsceno subterráneo que nos acompaña como parte complementaria de nuestra parte sublime, que hoy se deleita en exhibirse.

Un gran trasero es una invitación abierta a los placeres interpretados como ilícitos en la moral y las normas en posición de poder, pero no así para los de abajo más familiarizados con los actos transgresores. Invita a imaginar la hipersexualidad de su portadora, y, en el varón promesa de goces infinitos. El buen trasero se asocia, en el imaginario, al sexo transgresor, “contra natura”. Quizá por eso la mirada masculina al trasero femenino bien formado es una mirada pornográfica. Decimos pornográfica, porque en la pornografía hay un grado de perversión y placer, y la relación anal contiene esos ingredientes.

Aquello hecho por la naturaleza para evacuar se hace atractivo para el acoplamiento. Manera transgresora de relacionarse con el interior del cuerpo femenino, pero además con lo instituido culturalmente como sexo normal y decente. En tanto buscado o consentido entre ambos sexos, los criterios de poder, de dominación tan utilizados en estas circunstancias, se desvanecen.

Un buen trasero diluye todo: racismo, diferencias sexuales, políticas, culturales, inclusive diferencias generacionales. El adulto mayor frente a su agradable presencia quiere volver a ser joven y el adolescente volverse joven/adulto para disfrutarlo. El racismo diferencia, separa, Eros aproxima.

Pero no sólo es deseo masculino. Si la mujer se esmera en mostrar y modelar esa parte de su cuerpo, en lenguaje cifrado expresa su deseo de entrega de esa forma no habitual en el sexo. La pornografía, el erotismo necesita del otro, de ese otro que la mira con apetencia para seguir desarrollándose.

Como señala Foucault en su libro *Historia de la sexualidad* (1995) la franqueza en las cuestiones sexuales dominaba antes del siglo XVII; después vino una época de represión muy fuerte. Hoy, de algún modo estamos ante el retorno de la franqueza en el sexo, aunque dicho en clave, pues la censura aún no es zombi. Mantiene su peso aunque debilitado.

Los sectores populares y los traseros

Los anuncios de ofertas sexuales dirigidos a los sectores populares contienen mayor referencia a esta parte del cuerpo. Se deleita en la descripción de las virtudes corporales y amoratorias en la intimidad, y en la referencia permanente a la exuberancia de su trasero y senos. Esto es así pues lo obsceno es parte de la cultura popular.

Bajtín realiza uno de los trabajos más espléndidos sobre la cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento, a partir de las obras de Rabelais, para graficar este espíritu obsceno popular, en el que “todas las cosas sagradas y elevadas son interpretadas en el plano material y corporal” (Bajtín, 1993: 334), conservando su carácter destronador y destructor. Que se escoja el trasero como la parte más atractiva del cuerpo femenino es una manera de rebajar la figura de la mujer como objeto sublime en el romanticismo y el amor cortés (Žižek, 1994) a la condición terrenal y humana.

“KASSANDRA. Bellas Modelitos. VIP superfogosas. Quebraditas. Potoncitas. Atención a domicilio y hoteles las 24 horas” (Trome, 2006).

“BIBI. Oxapampina fogosita. Insaciable. Gringuita de desnudo todita. S/especial. Exuberante. c/dpto. T/pareja tipo Vedette. 40 B potoncita 9988-5850” (Trome, 30 abril 2006).

La cultura de elite es más mesurada. Los avisos más impresionistas dicen:

“ALONDRA. Tarapotina (19) bello rostro S/. 35 completito d/privado c/exigentes 24 horas. 97141387” (El Comercio, 23 noviembre 2005).

“FABI. Voluptuosa blanquita, exquisitas caderas, incomparable c/exigentes www.galeon.com/faviolavip: S. Isidro 97479141 (El Comercio, 23 noviembre 2005).

Siente el peso de la censura, del autocontrol de sus impulsos como parte de su proceso civilizatorio. Elías señala: “En el siglo XIX caería en el ostracismo social la mujer que usase en público los trajes de baño hoy en día usuales. Pero este cambio, y con él toda la difusión de deportes entre ambos sexos, presupone un padrón muy elevado de control de impulsos. Sólo en una sociedad en la cual un algo grado de control es esperado como normal, y en la cual las mujeres están, de la misma manera que los hombres, absolutamente seguras de que cada individuo está limitado por el autocontrol y por un riguroso código de etiqueta, podían surgir trajes de baño y deporte con ese relativo grado de liberalidad. Es una relajación que ocurre dentro de un modelo ‘civilizado’...” (Elías, 1994).

Un cuerpo femenino atractivo es un cuerpo que posee estos atributos de belleza: seno turgente y trasero llamativo. Si bien la naturaleza generosa puede proporcionar esos gratos atributos, cuando no es así puede recurrirse a la cirugía plástica, o bien a los ejercicios físicos. Como las nalgas son una parte del cuerpo mayormente muscular puede adquirir formas atractivas y firmeza, según el esfuerzo de cada quien, mediante el gimnasio.

Hay todo un capital cultural asociado con los cuerpos (y los traseros). En una encuesta realizada a las mujeres para saber por qué los hombres son infieles, se señalan muchas razones y no son pocas las que dicen, por un buen trasero: “*Ellos miran primero eso (el culo) y si les gusta la sigue, así es pues, y te dejan*” (Noticiero 24 Horas, 12 mayo 2007).

En los sectores populares, la alusión a esta exuberancia en el trasero forma parte de su cultura erótica, pero también puede ser tomada como respuesta contra el canon de belleza occidental donde el cuerpo se adelgaza. Si bien en los sectores sociales altos, se resalta un tipo de trasero bien formado, éste es menos lascivo desde el gusto popular. Espectacular, pero casi aséptico. En cambio, el gusto popular es una identidad basada en la sensualidad, en la voluptuosidad, en la exuberancia.

En los avisos sexuales que se publican en *El Comercio* encontramos una forma de belleza caucásica, blanca, de rostro bello, cuerpo esbelto, nariz perfilada, cabellos rubios, ojiverde, altas. En los avisos de diarios populares se menciona la belleza, pero es una belleza enunciada, no descrita en detalle, como en el caso del trasero y el cuerpo exuberante. En el sector alto, parece perturbar este tipo de cuerpo. Es aquí donde ingresa el elemento

simbólico bajo la pregunta ¿por qué en el mundo popular gusta la redondez de un buen trasero, y no así en los sectores altos de la sociedad? Frances Negrón Mantener señala que a los sectores altos un trasero grande les resulta perturbador porque es un símbolo oscuro del exceso latino “Exceso de comida (desenfreno), exceso de excremento (sucio) y exceso de sexo (pagano) que son sus signos vitales” (Negrón, 2006,138). Esto mismo que perturba a los poseedores de poder, agrada al pueblo. Lo obsceno forma parte de la cultura popular, lo mismo que los excesos, en casi todos los sentidos: en la comida (frase de menú: bistec a lo pobre o *bien taypá*, es ilustrativo), en el trago (beber hasta las últimas consecuencias) en la fiesta (hasta las 6 de la mañana, como dice la letra de una canción de moda), en las bullas y los ruidos (sean en calles o esquinas de los barrios), en los juegos (como en los carnavales) en la sexualidad, hasta en el trabajo (mil oficios y empeñosos).

Quizá sea útil hacer alusión nuevamente a la comida. Existen dos tendencias en la comida. Una se preocupa cómo llenar el estómago y la otra cómo hacer que lo que se come sea apetitoso y delicioso, además de nutritivo. Los sectores altos y medios altos se concentran más en la buena presentación y la calidad, menos en la cantidad. El pueblo y los sectores populares se preocupan más en la cantidad, aunque pueden combinar estas dos tendencias. Mejor si se come rico y en abundancia. Quizá porque el sexo y la comida están asociados, las similitudes entre ambos son grandes. De ahí que en el lenguaje popular, el sexo sea nombrado mediante la comida: *qué buena yuca*, para referirse a las piernas femeninas atractivas; *que buen keke*, para un bonito trasero. Incluso, la posesión sexual está asociada a un canibalismo amoroso. *Te voy a comer*, significa: te voy a poseer completamente (aunque en términos figurados es la mujer la que devora y no el varón).

La idea de exceso como abundancia me parece clave para entender la cultura popular. En el terreno del cuerpo femenino la abundancia es entendida como tener cuerpo, senos y nalgas exuberantes.

Traseros y pechos o las dos naturalezas del hombre

El trasero y el pecho forman una unidad de opuestos que se complementan. Un detrás y un delante. Un trasero y un delantero. Lo bajo corporal y lo alto corporal. Son partes del cuerpo femenino que sobresalen. Pero se realizan como parte del placer sexual, uno

penetrándose y el otro succionándose. Son las partes agradables para el ojo erótico masculino, pero también para los otros sentidos.

Los dos son el punto focal de la mirada erótica masculina de gran agrado hoy, pero ambos en sí son ambivalentes. Los senos están delante; el culo atrás. El que el seno esté adelante se asocia a la mirada franca, frontal, sincera hasta cierto punto. El trasero se asocia a la mirada furtiva, de soslayo, de reojo. Por eso cuando los hombres ven pasar a una mujer de cuerpo atractivo y posaderas de buenas proporciones, voltean para verla. ¿Qué ven primero en el cuerpo femenino los varones?: el trasero. Y al revés. Si ven un trasero atractivo, el hombre necesita ver cómo está con lo de adelante, con los senos y el rostro, y así completar la fotografía de la estética corporal femenina dominante ahora.

El pecho representa a la etapa natal, a la vida, al amamantamiento, a la succión. Su doble asignación de centro erótico succional y centro vital de amamantamiento hace que cuando una mujer amamanta a su bebé, exhibiendo en público parte de su seno, la mirada erótica se inhiba. Lo que no pasa así, necesariamente, con el trasero, sea en la forma en que se exhiba. En el terreno amoroso y sexual, el seno nos remite a un erotismo compartido mediante el encuentro de las miradas de las parejas. El trasero remite a un erotismo unilateral. No hay encuentro de miradas. Sólo la mirada erótica del varón disfrutando de la espectacularidad del cuerpo femenino desnudo delante de él. La mirada de la mujer está en el vacío. El cuerpo amado de su pareja no está al frente suyo.

En el erotismo, el pecho se diferencia de las asentaderas. El pecho cumple una función contraria al trasero. El pecho no es abyecto. Es funcional. Pero ambos expresan la ambigüedad de las relaciones entre los sexos, entre la mujer y el varón, entre la vida y el placer.

La parte trasera del cuerpo está asociada a lo abyecto, según el canon de la moral oficial, pero no es así para la sexualidad hirviente de los de abajo.

Si el culo está asociado a la transgresión en el placer, a lo abyecto a la violencia, al dolor; el pecho cumple una función simbólica de ternura, de calor, de no perversión. Su propósito no

es despertar ardor, sino disfrute tierno. Por eso el hombre dentro de sus juegos sexuales eróticos incluye la succión, el beso, las caricias al seno. Hay un juego madre-bebé erótico previo a la penetración, una especie de retorno simbólico grato al vientre materno, que gusta al hombre y a la mujer. Seno acogedor. Las frases “seno familiar” y “seno materno” expresan bien esta figura.

El atractivo de la pierna bien contorneada está asociado al tipo de cuerpo que sostiene. Una bonita pierna complementa bien el cuerpo femenino. A diferencia del trasero y el seno sólo es posible comprobar su belleza al descubierto. En cambio, el trasero y el seno se muestran no obstante estar cubiertos. El atractivo de unas piernas bien formadas está en la sorpresa de su revelación.

En este dualismo sensual erótico aparece otro elemento: el rostro. Este sólo es posible de ser apreciado si se muestra. Más aun si es mejorado con afeites. Es la parte del cuerpo más fácil de arreglar para mostrarlo bello. Pero también el más susceptible a una variación del total con solo una pequeña variación de una de sus partes.

Al contrario del culo y los senos que están asociados a lo libidinal; el rostro bello está asociado a la pureza, al espíritu, al alma que habita ese cuerpo. Algo más. “Que sintamos el rostro como el símbolo no sólo del espíritu, sino suyo en tanto que de una personalidad inconfundible, ha sido favorecido extraordinariamente por la ocultación de la carne y, por tanto, especialmente desde el cristianismo” (Simmel, 1986: 189).

La maravilla de esta parte del cuerpo es que en el semblante del rostro se condensa la personalidad espiritual ligada con la concreta e inconfundible carne (Simmel, 1986c). El semblante del rostro es el espejo donde se lee la personalidad.

Como señala Le Goff (1999), en la antigüedad y la Edad Media, el rostro bello simbolizaba la belleza del alma. Un rostro feo la maldad. Por eso todos los santos y ángeles, hadas madrinas y príncipes salvadores tienen rostros bellos; al igual que algunos héroes de la actualidad. Mientras los pecadores, los rufianes, los malhechores están acompañados de rostros feos, desagradables.

Finalmente, el atractivo del culo no está en sí mismo, a pesar de ser una de las partes más importantes de la estética corporal femenina de hoy. Es atractivo en tanto forma parte de

una unidad mayor bella. El culo tiene que armonizar con la forma del cuerpo, la esbeltez, la talla y si va acompañado de un rostro bello, atractivo, mucho mejor.

El tipo de cuerpo que atrae y enerva los deseos masculinos es la unidad de estos elementos múltiples, del cual ese cuerpo no es sino su síntesis.

4.2.3 La preferencia por el cuerpo femenino joven



Figura 15. *El Comercio*, mayo 2003, y *Trome*, octubre 2004.

La concepción de la anatomía humana en la cultura occidental se funda en el concepto de tiempo. El cuerpo pasa por sucesivos ciclos vitales a lo largo de su experiencia particular, y en cada una de ellos tiene asignado un trato, así como una valoración. La etapa de la vida mejor apreciada en la sociedad contemporánea es la juvenil. Contraria a la antigüedad, donde la madurez y la ancianidad gozaban de esa consideración. Allí el cuerpo adulto era respetado por ser depositario de la fuerza de trabajo productivo y la sabiduría que da la experiencia.

La sociedad moderna es hedonista y narcisista. Ha intensificado su culto al cuerpo. Vive preocupada por la apariencia, por la presentación. Le angustia el envejecimiento. Se apresura por consumir productos “mágicos” rejuvenecedores, y los cirujanos plásticos son

los profesionales más requeridos para aliviar temporalmente esas angustias. Quisiera ser siempre joven. De ahí que todas sus expresiones culturales, real o simbólica, sea juvenil.

La imagen social del cuerpo femenino varía de una época a otra. En el medioevo el cuerpo tiene menos que ver con la sexualidad que con la fertilidad y la decrepitud. El cuerpo se rechaza y hasta se le tortura como un medio de elevar el alma y acceder a lo divino. El cuerpo no es un fin en sí mismo, como lo es ahora, sino un medio.

En la modernidad el cuerpo es un cuerpo menos torturado por lo divino, pero si controlado por y para la producción. Marx y Weber nos hablan del *homo faber*, del hombre laborioso que sacrifica el goce corporal por el afán productivo y el progreso. El paso de una época a otra, es el paso de un cuerpo torturado, famélico, medieval, asociado al pecado de la lujuria, al diablo, el infierno y la tentación, a un cuerpo trabajador, sucio, sudoroso de la época del progreso moderno. Ahora, la imagen posmoderna del cuerpo enfatiza lo estético, la imagen visual grata, bella. Lo llamativo, lo atractivo, lo sensual y gozoso.

La preferencia actual por un cuerpo femenino juvenil es notable. Esto tiene dos motivos. Un motivo anatómico y biológico, y el otro, referido al tipo de trato sexual que se establece con ella. Una mujer mayor, o con mayor iniciativa que da la experiencia sexual, puede resultar intimidante para algunos.

Las fantasías sobre ser joven en los comerciales

La preferencia sexual y amorosa por el encanto que tiene la carne fresca femenina, juvenil, en nuestra cultura, se encuentran expresadas en muchos hechos. En las canciones (José y José: “Cuarenta y veinte” o Segundo Rosero con el pasillo “Diecisiete años”), en los comerciales sobre productos de belleza, en los modelos de prendas de vestir, pero sobre todo en los comerciales de bebidas espirituosas, como la cerveza. Ahí aparecen alegres jóvenes de ambos sexos, vestidos con prendas diminutas, donde la mujer exhibe su cuerpo y trasero espléndido sugestivamente.

En el contenido de algunos de estos comerciales vemos expresados los deseos y fantasías más comunes y caros con relación al cuerpo, a la juventud, al goce sensual, al mismo

tiempo que nuestros miedos y fantasmas, que a la mayoría nos interpela, de uno u otro modo, por estar alejado de esos modelos que nos rebota como en un espejo.

Describamos un comercial de la cerveza Cristal que salió en el segundo semestre del año 2002, que dura 14 segundos, aproximadamente, y que grafica con abundancia estos asuntos.

El comercial inicia mostrando en un primer plano un letrero que dice: *Casa de Reposo*. Ahí se encuentran internados un grupo de ancianos de ambos sexos, donde las mujeres ven telenovelas y los hombres juegan cartas o ajedrez. El ambiente es de paz y tranquilidad. En eso se enfoca a una señora viejita de cabellos blancos que tiene una edad aproximada de 80 años. Frente a ella se encuentra sentado un joven de unos 25 años de edad, que al parecer es su nieto, que ha ido a visitarla. Entre ambos no hay diálogo. La señora se encuentra concentrada viendo una telenovela llorona que habla del engaño, en eso por equivocación coge una botella chica de cerveza que su visita ha dejado en la mesita de centro, en lugar del refresco, y lo bebe sin percatarse del equívoco. Al pasar el sorbo de cerveza recién lo hace. Con los ojos redondos de asombro mira la botella chica de cerveza en sus manos, que comienza a brillar cual lámpara mágica, al mismo tiempo que ella se transforma en una hermosa joven, como emergiendo de una crisálida al conjuro de un encanto mágico. De 80 años de edad, se transforma en una bella joven de 20 años, de cabello brillante, rostro lozano, piel tersa, cuerpo esbelto. Sus senos se vuelven turgentes, ella, bajando la vista, los mira complacida, comprobando que ha vuelto a ser joven. En eso uno de los viejitos de aproximadamente la misma edad, que ha estado jugando apaciblemente ajedrez con otro viejito la mira asombrado en plena transformación radical. Ella goza del hecho y esbozando una sonrisa coqueta orienta con su mirada los ojos del viejito hacia sus senos, que de laxos se han vuelto redondos, sobresaliendo en el escotado polo rojo.

El entusiasmado viejito coge el teléfono con premura y, con voz trémula por la edad y la emoción, solicita a la tienda, diciendo: "*Chino, dos cajitas de cerveza, pero al toque*".

Luego aparece otra escena en la que el mismo viejito encorvado pero alegre, bebe la botella de cerveza, y conforme va bebiendo va dejando de ser viejo, transformándose en un joven de cuerpo erguido y atlético. Rejuvenecido, se golpea el pecho en señal de virilidad. El ambiente se alborota. Todos ansían ser jóvenes y presurosos beben su cerveza. Al poco rato todos los abuelos que se encontraban en esa casa de reposo de personas de tercera edad se

han transformado en jóvenes y el escenario cambia. Ya no hay la tranquilidad ni el reposo senil de antes. La juerga se ha iniciado y todos contentos y con bullicio festejan su nuevo estado, bailando, meneando sensualmente sus cuerpos al ritmo de una música alegre. Las ropas se han vuelto ligeras y han adquirido colores vivos. La alegría y la sonrisa están en sus rostros

En eso se ve a una joven que recién ha dejado de ser viejita, le dice a otra que aún permanece viejita, que beba su cerveza. Ella entusiasmada pide con gestos que le sirvan. Es la señora Malena, que al beber la cerveza como si fuera un elixir mágico se transforma en una joven hermosa en medio de la alegría de sus compañeros. En ese momento es cuando el joven enfermero de la casa de reposo entra y sorprendido encuentra un ambiente festivo, de algarabía, en el que todos los viejitos se han transformados en jóvenes alegres, bulliciosos, sensuales, gracias a la bebida mágica (cerveza). Al verlos asomarse por la puerta, sorprendidos, todo se inmoviliza y el ritmo de la música se hace lento y el volumen baja. Él, asombrado, mirando de abajo para arriba, pregunta mirando a la joven ¿señora Malena? Y ella, toda coqueta y orgullosa de su rejuvenecimiento, contesta con los ojos mirando sus senos protuberantes, invitando a que el otro los mire, retrucándole –¿señora...? ¡Señorita!

En este comercial se expresa con toda claridad, diversos aspectos culturales, que en este trabajo analizaremos sólo aquellos relacionados a nuestro tema.

El significado de ser joven y viejo

Las variables desde las cuales se ha estudiado el cuerpo dentro de la tradición sociológica local son la etnia, la raza, el género y, el sexo. Pero muy escasamente desde la edad. Por eso resulta útil realizar algunas reflexiones sobre ella, sobre todo en la relación entre los sexos.

La figura más notoria de este comercial es el rol asignado a cada género y a cada ciclo vital: mujer/varón y joven/adulto mayor. En la primera escena está explícita la idea que actualmente se tiene sobre lo que es ser joven y ser viejo. Para la edad madura y la vejez, la tranquilidad, la paz, el reposo basada en la repetición de actividades rutinarias,

intrascendentes, sin nada nuevo que aprender, como si se tratara de matar el tiempo, el aburrimiento, o familiarizándose con un final feliz en el eterno descanso que se espera. Abandono de los ajetreos amorosos y sexuales. En cambio, la juventud está asociada a la alegría, al desarreglo, a la diversión, el baile, la música, la bebida, la sensualidad, la coquetería, la sexualidad. Los colores de los vestuarios y su diseño expresan bien el estado de ánimo que acompañan a estos dos ciclos de la vida. Los adultos ropas recatadas, holgadas y opacas. Los jóvenes, ropa sensual y de vistosos colores.

En la cultura moderna occidental, hay una separación indebida entre las actividades de viejos y de jóvenes. Como que los adultos mayores no deben disfrutar la vida, bailar, amar o tener sexo, hacer *footing* escuchando su música favorita, es decir, tener comportamientos juveniles. Por eso nos asombramos cuando vemos este tipo de comportamiento.

En el comercial, la cerveza actúa como un elixir mágico o mago que abre la puerta de acceso a ese paraíso dionisiaco de la eterna juventud. La botella de cerveza que brilla en el momento en que la viejita lo bebe y se transforma en joven, lleva a la reminiscencia de los maravillosos cuentos infantiles o mundos mágicos. Maravillo, etimológicamente proviene de *mirabilis*, que tiene su raíz en *mir* (mirar, mirar) que implica algo visual. Lo maravilloso que podemos admirar con la mirada (Le Goff, 1985).

La transformación comienza con el asombro, con los ojos redondos de admiración de la viejita al beber la cerveza y sentir cómo se transforma su cuerpo, su ropa y su espíritu en joven. Pero hay algo más. Al transformarse y notar la maravilla de sus senos turgentes, ella mirando al viejito conduce coquetamente la mirada de él a sus senos, con sus ojos, para que él los admire. Una invitación sutil al goce erótico, tanto tiempo postergado, que hoy vuelto a ser joven desea consumarse por invitación de la mujer.

Alrededor de este órgano de la percepción, la mirada, podríamos ordenar el mundo imaginario presente en esta propaganda. Una de ellas es el del espejo. La viejita transformada en joven accede a la confirmación de su imagen espectacular a través de la mirada del otro que actúa como su espejo. Accede a la imagen de sí misma a partir de ese acto. Al mirar ella a los ojos del viejito siente que es otra. El viejito con la mirada de asombro le confirma su cambio. Baja su mirada hacia los senos de ella como parte de esa confirmación feliz. Pero él busca el rebote. Algo le rebota y relaciona la imagen de la mujer joven y bella con la imagen de su propio cuerpo y quiere ser como ella. Para estar con ella.

La cuestión de género también está presente. La que inicia el cambio grato es la mujer, aunque no voluntariamente sino como equivocación, en el mejor de los casos como casualidad feliz. Se asemeja al relato bíblico sobre Eva, pero al revés. Aquí el error de la mujer no es para condenarnos al sufrimiento y expulsarnos del paraíso, sino para gozar y acceder al paraíso. El mandato de orden natural que nos condena a la vejez es alterado involuntariamente aquí, para devolvernos al edén de la eterna juventud. En cambio, el hombre se transfigura por voluntad propia, ante la tentación de la sensualidad femenina joven. Nuevamente la imagen de la mujer tentadora que invita al trastrocamiento del orden dado.

El otro tema que está presente es el de la identidad de género. La mujer está asociada a la belleza sensual y el hombre preocupado por su masculinidad fálica. Para acceder al otro mundo, el de la juventud, la alegría y la vitalidad, la mujer necesita sólo un sorbo de cerveza; en cambio el hombre, necesita algo más. La mujer es mujer por ser mujer, el hombre necesita probar que es hombre, y para ello tiene que dar muestras de suficiencia en distintos terrenos, uno de ellos el sexo (Badinter, 1994). Por eso no le basta un solo sorbo o una sola botella sino “*dos cajitas*” para recobrar su juventud y asegurar una demostración feliz de su potencia masculina. La frase “*Chino, dos cajitas, rápido*”, expresa a cabalidad esa inseguridad masculina frente a su virilidad, al mismo tiempo que sus apremios hormonales por el goce sexual. El golpe que se da en el pecho, el joven transformado, es el alarde anticipado de esa masculinidad fálica recuperada y triunfante. La mujer para ufanarse de su feminidad no necesita golpearse en el pecho, sólo basta atrapar sutilmente la mirada del varón y dirigirla a su seno coquetamente.

Finalmente, la figura del enfermero que ingresa sorprendido al recinto de los internados, simboliza la ley y el orden, que en este caso es sacado la vuelta, por el trocamiento inusual de la situación. Y donde el sexo coquetea mediante la figura sensual de Malena, quien irreverente, pero a la vez juguetonamente, le invita a mirar la sensual protuberancia de sus senos ahora frescos.

En la cultura occidental moderna, la juventud es un valorpreciado y añorado, cuando éste se pierde. Esto tiene sus razones, como hemos señalado anteriormente. Una relacionado al

cuerpo y el otro al espíritu. Con relación al espíritu podríamos decir que la juventud es una edad de la desaprensión, de lo inútil grato, del juego, de la vitalidad, del goce, del eterno aún. A diferencia de la edad adulta que está más conectada a lo productivo, a la responsabilidad, a las obligaciones, al logro del progreso y los límites.

Con relación al cuerpo se asocia a su lozanía, a su tersura, a su frescura. A la erección fácil, en el varón; a la lozanía y firmeza del cuerpo en la mujer. La mayor valoración de esta edad se hace no desde la juventud, desde el que lo tiene, sino desde la pérdida, desde la vejez. La frase de Oscar Wilde, en *El retrato de Dorian Gray*, “lo más triste de ser viejo es haber sido joven” es preciso en este sentido. Los varones comenzamos a añorarla cuando intentamos hacer toda la noche lo que antes hacíamos toda la noche. Cuando la piel comienza a cuartearse, cuando la carne se vuelve flácida y la energía se agota y el esfuerzo es insuficiente. En la mujer cuando la belleza comienza a marchitarse y la vitalidad entra a su crepúsculo.

A esa edad el hombre tiene muchas aflicciones en el terreno sexual y para ello consume e inventa pócimas, bebidas, ungüentos, combinaciones varias para la potencia viril, azuzado por fantasías y mitos. Una de esas fantasías compensatorias es tener un encuentro con una jovencita, para tener la ilusión de que la juventud no se ha marchado todavía, pero también para contagiarse de ella, para tratar por este medio de reencontrarse o recuperar el erotismo de antes.

La atracción de la mujer joven

En el terreno sexual los hombres sienten atracción por las mujeres jóvenes (las mujeres por los jóvenes), pero sobre todo quieren permanecer jóvenes por la ilusión de continuar amando como joven. La fantasía del adulto mayor es volver a ser joven. Para ello recurren a diversas estrategias de mantención, de conservación de la imagen juvenil y cuando no, mediante la cirugía. ¿Por qué esta preocupación por ser joven? La preocupación no es por mantener joven el cuerpo y el espíritu, sino sólo el cuerpo. Éste es un signo importante que da cuenta del hedonismo de nuestro tiempo. De la felicidad y el amor propio basado en un cuerpo bello y juvenil. Donde las virtudes del cuerpo hacen feliz a sus portadores; no así las virtudes del espíritu como se pregonaba antes. El cuerpo es lo material, la máquina

deseante, el que domina la razón, el pensar, las preferencias. En el cuerpo joven se asientan los deseos, las pasiones humanas.

Esta ilusión en torno a la juventud y al adolescente como clase de edad, para Morin se fortalece bajo el estímulo permanente del capitalismo de espectáculo y de lo imaginario (Morin, 1972). Obedecería a un espíritu de estos tiempos. Si antes la edad adulta era la clase de edad adecuada, vértice evolutivo de las sociedades de entonces, hoy es la edad joven. Es una especie de acentuación del camino en la dirección de una precocidad cada vez mayor. La cultura que producen las *mass media* juega un papel muy importante en este proceso. Todos los comerciales de promoción de la belleza, del disfrute, de la alegría, la sensualidad están asociados a cuerpos juveniles, como hemos visto en el comercial de la cerveza. Actúan como estímulo eróticos. De esta manera en el imaginario se asocia lo joven con la lozanía del cuerpo, así como también con la vitalidad, la alegría y el erotismo. Predisposición a la audacia, al atrevimiento sexual.

La presencia de Anita y la fuerza del deseo

En la telenovela *La presencia de Anita*, transmitida cierto tiempo por una televisión local, se grafica con claridad lo que produce en los hombres adultos esta hybris de cuerpo núbil, deseoso de amar y espíritu travieso.

La edad juvenil tiene sus bemoles. La telenovela protagonizada por la bella actriz brasileña Mel Lisboa es una historia de engaños, deseos, dramas, pero sobre todo de intensa pasión erótica y seducción. La novela trata sobre la relación erótica de una muchacha de 19 años de edad, con cara de ángel y espíritu desinhibido (Anita), y un arquitecto, Fernando (Nando), frustrado escritor de cerca de 55 años. Conoce a Anita en el pueblo al que ha ido a pasar las vacaciones con su familia, tratando de superar las dificultades conyugales que atraviesa con Lucia Helena, su esposa, y donde piensa acabar la novela que nunca empezó ni terminará porque al final morirá haciendo el amor con el fantasma de Anita en medio de las llamas que consume su lecho, escenario de sus pasiones eróticas. “*Fue así que todo comenzó y así va a terminar*”, le dice Anita a Nando, en la intimidad final. Entre los diversos temas que están presentes en esta novela interesa señalar el encanto que

produce en el hombre adulto (Nando), el cuerpo y la pasión de una joven de edad y cuerpo tierno, piel lozana, así como los miedos e inseguridades frente a su lubricidad, a los caprichos de su genital núbil, a sus ímpetus y exigencias; a su franqueza en torno a la complacencia sexual y afectiva. Encanto y temor al mismo tiempo frente a la lozanía de su piel y los arrebatos de su sexo. Miedo de encontrarse en otro plano, frente a una mujer distinta a la socializada comúnmente para ser seducida, atrapada.

Al amante adulto, le preocupa la desbordante y desinhibida sexualidad femenina núbil de Anita. Cuando ella le dice a Nando haber desvirgado a Zizinho (Un adolescente de 16 años, que trabaja en un almacén al frente de su casa) y que ese hecho fue maravilloso, porque lo ha hecho no por amor a Zizinho sino como un acto de bien, para evitar que se inicie sexualmente con las prostitutas y pueda contraer enfermedades venéreas, él no puede comprender esa franqueza cándida. Esa inversión de roles. Nando siente ira, por ser ella la que maneja su cuerpo y su erotismo, y no él, como era habitual, sobre todo en ese entonces. La novela pone en cuestión el papel dominante del hombre, además adulto, evidenciando que el hombre es dominante cuando hay un arreglo donde la mujer se supedita a él, no así cuando la mujer es libre, cuando manifiesta su independencia, cuando juega con él.

A cierto tipo de hombres les atrae, pero sobre todo les abruma lo distinto a la representación social de mujer sumisa y complaciente.

La telenovela tiene un atractivo en los hombres, sobre todo adultos, porque en ella se realiza una de las fantasías sexuales más frecuente: la de retozar en la cama con una joven, de cuerpo tierno, beso fresco, pero a la vez con una fogosidad desinhibida.

Lo inesperado y lo deseado al mismo tiempo. Quizá por eso mismo sea atractiva esa edad de la vida en la mujer.

La exitosa exhibición de *La presencia de Anita* en la televisión local pone en evidencia el predominio de una sensibilidad sensual, erótica³², antes censurada. Señal de que hemos entrado a una época dionisiaca, abiertamente erótica, donde la sexualidad tiene nuevos ribetes.

³² Poco antes que esta novela se comenzara a exhibir en la televisión local como serie (Canal 4), el notable periodista César Hildebrandt, cuya línea de preocupación es la política, en una época en que toda la prensa se había vendido a la dictadura mafiosa de Fujimori y Montesinos, lideraba la sintonía por su valentía, por lo renovado de su estilo, mezcla de seriedad y picardía, pero cuando entra en cartelera *La presencia de Anita* el programa de Hildebrandt pasa a un segundo plano. Aquí hay un contrapunteo entre dos sensibilidades. Una

La preferencia por las jóvenes y bellas señoras

En el mundo de la fantasía la edad juvenil goza de atractivo, pero la mujer madura también.

“Atractiva señora, jovencita. Lindísimo c/formadito, s/sexy, c/departamento, accesorios, dominación” (El Comercio).

“Exuberante. Señora sexy, kinesióloga bellísima, espectacularmente atractiva b/medida” (El Comercio).

“Bellas señoras maduritas, superexcitantes c/lencería servicios especiales d/domicilio y hoteles 24 horas” (Ojo).

“Sra. Pechugona. Charapa madura c/experiencia. Cuerpo de vedette, t/pareja... y sus conejitas de 18 a 23 años. Exquisitas” (Trome).

“Sra. Loretana. Soy caliente..., como mi tierra... Muy sensual y complaciente, c/dpto. espejos, videos xxx, ven y goza conmigo” (Ajá).

SRA.KARLA Charapita blanca atiende a/caballeros completamente CARINOSA t.2660536.

“SRA. SEXI” 28años atiende a caballeros t/relax 1/2 S/25.00 T.2622248.

SRA.SOFIA
Blanca Guapa Culta Excelente, Trato Solo Caballeros Solventes, C.98010600.

Figura 16.- El Comercio, 2004.

Sra. COMPLACIENTE
¡Charapa insaciable, sensual, ardiente como mi tierra atiendo a caballeros exigentes y de la tercera edad!
Lun - Sab. de 8: a.m. - 9: p.m. S. 20 Hora
Telf.: **332-2764**

Trome, mayo 2004.

En los dos tipos de anuncios, clasificados de acuerdo a la naturaleza del diario en que se publica, los atractivos de las señoras se centran, en dos aspectos diferentes. En el primer tipo, se hace referencia sobre todo al cuerpo (*“Lindísimo c/formadito, s/sexy”*). En el segundo tipo se hace referencia al cuerpo pero además al trato (*“Cuerpo de vedette, t/pareja” superexcitantes c/lencería servicios especiales*). Este último tiene el plus de las lencerías y los servicios especiales, que sólo las señoras saben brindar bien. Es decir,

prometeica, que sigue el programa de Hildebrandt y la otra, dionisiaca y pasional, que sigue el drama de la telenovela *La presencia de Anita*.

refuerza la idea de las preferencias diferenciadas en los sectores sociales altos/medios y bajos.

Lo nuevo en estos tiempos es la aparición de ofertas sexuales de mujeres adultas, hasta los 40 años de edad. Si las propagandas de ofertas sexuales utilizan bastante el membrete juvenil, en tanto es una etapa de la vida donde el cuerpo es más atractivo, donde hay mucho que explorar y descubrir, estos anuncios de bellas señoras señalan otro tipo de preferencia para quienes exigen además de ser atractivas y excitantes, experiencia. De modo que las relaciones sexuales no es sólo cuestión de cuerpo atractivo y juvenil sino también de competencia, que da el ejercicio y el tener mundo.

Psicológicamente la edad adulta se asocia al desarrollo de capacidades. Edad donde se dosifica el uso de las energías, donde se busca alcanzar el máximo en las relaciones libidinales.

El público usuario al que están dirigidos estos avisos tiene que ver con las dos propuestas. Para los jóvenes, las jóvenes; para los adultos, las adultas. Las jóvenes en caso de inseguridades masculinas ante la sexualidad de las mujeres maduras. Pero también encuentros sexuales con ellas, por parte de aquellos que quieren experimentar emociones distintas a las conocidas con una pareja joven.

Por eso señalamos, que estos avisos no sólo nos brindan datos sobre las preferencias sexuales masculinas sino también permite hacer una tipología de los usuarios que asisten al mundo de la sexualidad periférica de las prostitutas, entre otras cosas.

Sabemos que las maduras tienen lo suyo. Las hay muy guapas y expertas en las prácticas amoratorias. Muchos las encuentran fascinantes, interesantes. Sobre todo los que buscan experiencias sexuales y la posibilidad de aprender y experimentar cosas nuevas.

En los últimos años ha comenzado a crecer la preferencia por las señoras, señoras jóvenes y señoras adultas. Señoras jóvenes de 23 a 27 años. De 28 a 30, de 30 a 35 y de 35 a 40 años. Los atributos que más se desea en ellas son su físico exuberante y su destreza para hacer disfrutar del sexo. Es decir cuerpo ya formado, pleno, maduro, trabajado, exuberante, con experiencia. En los diarios para sectores medios y altos, cuando los anuncios sexuales se

refieren a las señoras, se resaltan atributos como “*Sra. Ariana. Sensual, belleza blanca, 28ª. Figura espectacular*”, “*Señora sexi 28 años exuberante*”, “*Atractiva*”, “*Amable*” (opuesto a la muchacha audaz, atrevida y de cuerpo delgado, esbelto y estilizado de las jóvenes). Además educada y con lencería, mientras que la chibolita, la debutante o la universitaria se presentan “peladitas”, sin artificios.

El recurso a un cuerpo pleno, desarrollado, sexy, exuberante y que además puede realizar todos los servicios sexuales deseados es notorio.

Pero, hay otro componente en el imaginario masculino que explica la orientación de este tipo de acoso con el recurso a una *madonna* atractiva. En una relación normal de pareja, tener sexo con una mujer con experiencia sexual es distinto a realizarla con una de poca experiencia o que carece de ella. Los dos tienen sus atractivos para el varón, pero aquí la fantasía juega un papel importante en el deseo. Así, la oferta trasciende su propio enunciado. El término señora va más allá del cuerpo, la edad y la experiencia. Tiene un significado adicional. Señora significa en el terreno sexual, no estar sola, como señorita significa estar sola. Significa tener pareja sexual, pertenecer a otro. Real o no, es asunto de imaginación y estereotipos. Cuando se fantasea una aventura sexual con esa otra, que además de cuerpo exuberante y experiencia en el sexo, pertenece a un otro en el terreno sexual, estamos entrando a un terreno interesante, que revela el espíritu escabroso que acompaña nuestro vivir sexual. No desear a la mujer de tu prójimo, prohíbe la Biblia porque sabía de la alta connotación libidinal que tiene este tipo de deseo. Pero el efecto resulta muchas veces contrario al propósito de la prohibición. Se desea lo prohibido. No desear a la mujer apetecible de tu próximo es una prohibición que provoca una mayor excitación a la fantasía masculina, porque esa mujer que vas a poseer es de otro.

Se podría argumentar que con la prostituta no es el caso. Pero es una verdad parcial. No olvidemos que las prostitutas y la prostitución juegan a crear una situación sexual ilusoria cercana a la realidad, para a partir de ahí trascenderla en el orden del goce. Y con ese presupuesto concurren hacia ellas los parroquianos.

En resumen, ambas, la chibolita debutante y la señora madura, reflejan dos tipos de preferencia de mujer en el imaginario: la complaciente, la abnegada, refugio para el

hombre; el lado suave de la sexualidad. La otra, la mujer madura, dominante, sexualmente exigente. Una de cuerpo núbil en proceso de constitución firme. La otra de cuerpo desarrollado, exuberante, con experiencia sexual. Y generalmente se muestra insatisfecha en el terreno sexual.

4.2.4 Tipo de belleza y racismo sexual

En los avisos de Relax de *El Comercio* o Servicios Personales del *Trome* y otros diarios de consumo popular, los elementos a los que se recurre usualmente para provocar la atracción sexual masculina son: la edad corta (18-19 añitos), los cuerpos atractivos, sensuales y también el color de la piel: “Azucena, 21 añitos blanca esbelta t/playboy”, “Alma. Blanquita (23) apasionada”, “Cristhina, bonita anfitriona (21) blanquita....”, “Aishly solita (18 a) blanquita b/cuerpo b/rostro”.

Esto no significa que sólo las “blancas” o “blanquitas” forman parte del repertorio de seducción sexual sino también las “morochitas” y las de “piel canela”. Tampoco significa que el recurso a la piel blanca sea homogéneo en los grupos sociales, sino que éste varía según cada uno de ellos. En los avisos dirigidos a los sectores sociales altos su uso es mayor que en los populares. Lo que hay de común en ambos: las damas que se ofrecen para el placer son bellas, preciosas, hermosas, todas.

Si en los avisos se escogen los elementos señalados como mecanismo de seducción, significa que los hombres de ahora gustan de cuerpos femeninos jóvenes, de figuras esbeltas, curvilíneas, con senos y nalgas bien proporcionados, más aún si son de piel blanca. Dentro de los cánones de la belleza actual, el color de la piel blanca es un atributo bien apreciado.

El atributo “blanca” o “blanquita” que actúa como un atractivo en los avisos de servicios sexuales, encierra las claves de los tipos de relaciones sociales que establecemos en nuestra sociedad. La blancura de la piel se asocia al poder y en el terreno de las atracciones a la

belleza. De modo que la población blanca ostenta no sólo la superioridad étnica sino también una superioridad física: el color de la piel blanca es sinónimo de belleza corporal.

Cuando en los avisos de servicios sexuales, en ocasiones, se recurre a la oferta de cuerpos de “morochas” o “piel canela”, que es así como califican a las que no son blancas, no se señalan atributos de ser guapísima, como en el caso de los avisos de mujeres blancas. En las morochas el rostro no aparece, está ausente. Sólo el cuerpo está presente. “*Dulce morochita, linda 18 añitos, quebradita, piel suave y fresca*”, otro, “*Fina morocha aeróbica 20 añitos tipo/modelo*”. La asociación que en el imaginario social existe entre el cuerpo negro o mulato con la exuberancia de su cuerpo y sexo se expresa en este párrafo: “*Ebano´s top auténticas morochas exuberantes modernas*”.

En los anuncios de ofertas sexuales, de ningún modo aparecen cuerpos de serranas. Son las excluidas dentro de los imaginarios sexuales occidentalizados. Esto tiene su razón de ser visto desde la historia y la vida cotidiana. Desde la historia conocemos que, en países con herencia colonial, la estructura social está fuertemente ligada al factor racial. La raza de los colonizadores generalmente ocupa el estrato social más alto, y las víctimas del racismo son aquellos que han vivido o viven esa opresión. Esto es una realidad indudable en Indoamérica y el Perú. Decir esto, en un medio académico es ya de sentido común. Ver el racismo desde la vida cotidiana y la sexualidad, puede permitirnos ver las particularidades que toma, sobre todo si tenemos una perspectiva heterárquica y no jerárquica del fenómeno. La jerárquica ve el fenómeno instaurado desde arriba, como un determinante, además de homogénea y pareja en todos los sentidos. Por el contrario, la perspectiva heterárquica permite ver las distintas formas que adopta un fenómeno, en este caso el racismo, y que no todos son medibles ni puros, sino que se encadenan o cruzan con otro tipo de relaciones.

Desde lo cotidiano, veamos un testimonio, donde varias muchachas de cánones de bellezas diferentes concursan para el puesto de recepcionista, que en el estereotipo social corresponde al tipo de belleza caucásica.

Edith es una mujer joven de 22 años, huancavelicana, que vino a la ciudad de Lima a los 11 años, huyendo de un ambiente familiar marcado por el maltrato físico y verbal. Vino a

trabajar con su tía. Terminó la escuela y el colegio aquí en la ciudad. Luego estudió para auxiliar de contabilidad en un conocido instituto tecnológico del Cercado de Lima. Tuvo un primer empleo donde la explotaban mucho y le pagaban muy poco. Dejó ese trabajo y buscó otro. En el periódico vio un aviso para el trabajo de recepcionista y se presentó. Cuenta que ahí sintió la discriminación racial de manera directa debido a sus características físicas de provinciana: “...yo me presenté al lugar donde estaban entrevistando para ser recepcionista. Pero yo había llegado temprano. Estaban esperando unas dos chicas más conmigo. Éramos tres. Estuvimos esperando un buen tiempo. Después de ese tiempo llegaron otras chicas más altas, blancas, bonitas. Pero ellas pasaron y nosotros no”.

—¿La llamaron a ellas primero?

“Sí, las llamaron primero. La secretaria del que estaba entrevistando llamó primero a ellas que a nosotras. Al principio yo creí que era una confusión, o de repente han llegado antes que yo, algo que haya pasado, algo..., pero después, me di cuenta que eso no era el caso, sino.... La secretaria me dio a entender que no importaba si yo esperaba, si me entrevistaban o no, que el tiempo que yo esperaba para ellos no era nada. ... la secretaria me dijo que si quería que me entrevistara me esperara, sino que podía irme. No le importaba si me quedaba o me iba. Lo único que les importaba era entrevistar a chicas bonitas, altas. Si al final les quedaba tiempo quizás nos entrevistarían a nosotras. Y no, así no es”.

Esta es una escena habitual de exclusión y menosprecio en un país multiétnico, multirracial y multicultural, donde la primera distinción jerárquica no se hace a partir del nivel educativo o económico de las personas, sino desde la estética corporal y ciertos rasgos morfológicos, como estatura, la forma del rostro, de la nariz, tamaño de la frente, pero sobre todo a partir del color de la piel. La piel blanca simboliza la belleza, pero también el poder y la dominación. En ella se sustentan las diferencias entre los grupos sociales.

Según testimonia Edith, la belleza blanca es un capital en la mujer, capital del que carecen las que no son blancas, y por eso están excluidas.

Esta forma de racismo, a partir de un modelo de belleza, llama al olvido de otros que no concuerdan con ese modelo. El otro distinto no aparece como condición de constitución del

sujeto. El yo emerge sin la presencia de la otredad. No hay “Yo también soy” reconocido. Esto conduce potencialmente a la supresión del otro (Bajtin, 2000).

Cánones estéticos corporales de la cultura occidental capitalista

Cada cultura tiene su canon de belleza y estética corporal.

En estos anuncios de servicios sexuales se encuentra con nitidez la representación sintética de la introyección de los cánones estéticos corporales de la cultura capitalista occidental blanca en el orden de los deseos. Aquí el color de la piel es el gran indicador de distinción.

No sólo son los rasgos físicos que al racista le permite distinguir quién o quiénes pueden ser objeto o no de trato preferente, discriminatorio o paternalista, sino los rasgos estéticos que señalan qué es lo “feo” o quiénes son “feos” o qué es lo “bello” o quiénes son “bellos”. Por eso en los avisos, la asociación “blanquita preciosa”, “blanquita sensual” o “blanquita de cuerpo precioso”. La asociación entre el color de la piel y el atributo corporal es señal de que no hay una relación automática entre uno y otro, sino que necesita de la blanquedad para hacerse más atractiva.

En Occidente el canon de belleza que se globaliza mediante los medios de comunicación y la informática, se basa en la piel blanca, cabellos rubios lacios, ojos redondos de color verdes, azules o claros, labios delgados y finos, nariz perfilada. De modo que es un canon que se trata de tener o querer. En el continente asiático hoy este proceso es muy notable. China se occidentaliza en mercado y canon de belleza. Las jóvenes buscan ser delgadas, tener pies pequeños y la piel muy blanca; rostro ovalado, no plano y los ojos más redondos mediante la blefaroplastía. *“La obsesión por la belleza y el cuerpo perfecto a menudo intentando imitar cánones estéticos occidentales, ha golpeado con fuerza la clase media urbana china”* (El Comercio, 2006, A28). En Japón, se producen los *mangas* y *ánimes*, o historietas japonesas, donde todos sus personajes tienen apariencias y trazos occidentalizados como ojos grandes y redondos, cuerpo delgado, mujeres muy jóvenes, y todos los rasgos de la belleza dominante en occidente; aunque generosos en sus formas corporales, asemeja al latino.

Hay un patrón de belleza que es también patrón de dominación de la subjetividad, del control de la subjetividad. Aníbal Quijano señala que el patrón de dominación en la

modernidad latinoamericana está montado sobre dos ejes: el sistema de dominación social, raza, y el sistema de explotación social, el capital. Que los dos comenzaron a articularse desde la conquista de América Latina.

En la actualidad, en el control de la subjetividad, la belleza, el patrón estético, asociado al color de la piel es uno de los más centrales en nuestra *sociedad multi*³³, pues excluye a otros que no tienen esos rasgos, descalificándolos estéticamente, negándoles la condición física al negro, al cholo, al paisano.

Este racismo estético es internalizado en la mente de las personas, de todas las condiciones sociales y de todas las razas. En unos fortalece sus dominios y en otros bloquea su autorrealización y autoafirmación individual o colectiva. Es decir, es un elemento de dominación.

Este racismo estético al que también hace referencia Gonzalo Portocarrero (2007) o **bell hooks** en sus distintos escritos³⁴, entre otros, está tan naturalizado que no se nota, no se registra en la mente el esfuerzo que se hace por imitar, acercarse, tener o llevar a la práctica el patrón de belleza establecido por la hegemonía blanca. Es un racismo interiorizado, que ha colonizado una esfera muy importante de nuestra subjetividad.

En la lucha por la “buena” presencia o “buena” apariencia se expresa este dominio férreo de la subjetividad, de modo que la buena apariencia es aquella que se parece a la apariencia de los blancos. En este concierto, la mujer blanca es el grupo femenino más atractivo. Los hombres responden más favorablemente a las mujeres blancas.

³³ Llamo *sociedad multi* a una sociedad como la peruana cuya composición social, cultural, étnica, racial, geográfica, ecológica y gastronómica es muy diversa, múltiple. Donde todos coexisten en una lucha de aproximaciones y distancias. Produciendo en ese proceso, con frecuencia, escenarios considerados paradójicos e inverosímiles desde una lógica lineal o racional.

³⁴ Leer el artículo *Alisando nuestro pelo*, de bell hooks [seudónimo de Gloria Watkins, por decisión propia se escribe siempre sin mayúsculas], en <http://negracubana.blogia.com/2006/081801-alisando-nuestro-pelo.php>



Figura 17. *El Comercio*, 2004.



Trome, 2004.

La mujer sexualmente atractiva: de piel blanca

En el discurso de los avisos de servicios sexuales, la mujer joven, blanca, de clase media, alta, bella, ojiverde, pelo rubio, castaño y lacio es presentada como norma de belleza y de sensualidad; pasando por alto las particularidades raciales existentes en nuestro medio. Su concepto de belleza está construido por un grupo homogéneo de rostros bellos, cuerpos atractivos de piel blanca. Esto se manifiesta de manera clara en las propagandas y en las distintas formas de socialización en la ciudad.

En esta relación raza-apariencia física-belleza, hay un racismo que penetra en nuestros gustos, en nuestras preferencias afectivas y sexuales, en nuestras atracciones y preferencias. ¿Qué tipo de sentimientos genera en quienes no poseen ese atributo? No hay un estudio directo sobre el tema, pero hay algunas respuestas o conjeturas. Jorge Bruce en su libro *Nos habíamos choleado tanto* (2008) señala que un tipo de propaganda que sólo emplea modelos de belleza de tipo nórdico causa sufrimiento en muchos de los consumidores, que no tienen esas características.

Esta preferencia por un tipo de belleza como la descrita, mide el grado de lo deseado socialmente para disfrutar el momento, pero no necesariamente para poseerla permanentemente. En la cultura popular y andina, hay un alto grado del principio de realidad, que le indica qué es en realidad lo que puede tener y disfrutar, y qué es lo que quisiera pero no puede. Por eso ante este tipo de propaganda excluyente, no guarda ningún

resentimiento o envidia. De ser mortificante este tipo de anuncios y propagandas racistas, las empresas que las emplean irían al fracaso y quebrarían. No lo utilizarían. Pero no sucede así. Por el contrario, su éxito continúa. Esto no se aplica sólo por “el aspiracionismo”³⁵. El principio de realidad popular hace que la exclusión, sobre todo en lo sexual, no sea vivida con resentimiento u otro sentimiento adverso. Por el contrario, eso del que están excluidos actúa como un acicate para su superación.

El principio de realidad popular le dice aquello que sí puede alcanzar o disfrutar, o aquello ante el que adopta una postura de posibilidad. La frase “el que puede, puede” grafica el sentido de esa posibilidad y el grado de lo deseado. Es decir que puede ser o no ser, pero que en ello no se le va la vida.

El patrón estético racista está presente, pero eso no significa que en los de abajo provoque un efecto adverso de manera automática. Aquí podemos precisar la particularidad de los racismos que se presentan en nuestra sociedad de hoy. El racismo que aparece en los avisos de servicios sexuales no es el racismo social despreciativo a quienes pertenecen a otro grupo social definido por criterios genéticos o criterios sociales (Wallerstein, s/f). Es un tipo de racismo que podría llamarse espontáneo, es decir, no se guía por un propósito de mantener un tipo de dominación étnico-social, sino jugar con los símbolos de atracción disponibles, que precisamente contienen esos elementos racistas por ser una sociedad básicamente racista.

En la medida en que este tipo de discurso circula por las cadenas del poder más débil, mil veces más abajo, es decir desde la banalidad, el *ludus* y la fantasía, es posible desplazar y no sentir su peso, de modo que si bien tiene componentes racistas, no podemos hablar en términos estrictos de una “tecnología de gobierno y regulación” sobre las poblaciones que no son blancas, como podría pensar un sustancialista.

Las categorías raciales no son naturales sino construidas, por eso mismo son categorías relativas, situacionales. Lo que significa que varía con el tiempo, el lugar, el contexto, y cómo los protagonistas lo viven en una situación dada: “las autodefiniciones subjetivas y la movilización política también sabotean la definición rígida” (Shohat, 2002: 38).

³⁵ “Lo aspiracional” al que se refiere Bruce consiste en afirmar que el público aspira a alcanzar determinados estatus y estilo de vida encarnada por personajes físicos que no corresponde a lo de la gran mayoría de peruanos (Bruce, 2008: 70).

Pensar firmemente que este tipo de avisos sexuales tiene el propósito expreso de reforzar la idea de raza y por tanto la exclusión, es admitir la validez absoluta de la explicación legaliforme (“explicación monológica-deductiva”), es decir, que un hecho es consecuencia de una causa de modo directo, cuando desde la idea de **mecanismo** se señala que hay pautas causales provocadas en condiciones generalmente desconocidas y hechos con consecuencias indeterminadas. No hay una relación “Si A, entonces B”, sino “Si A, a veces B”, o más bien “Si A, entonces C, A y B” (Elster, 2002)³⁶. En términos culturales sería admitir que en nuestra sociedad todo está orientado, controlado. Que nada se le escapa a la dominación, como si el gran hermano lo vigilara y controlara todo, sin dejar nada suelto. La vida real, moderna sobre todo, tiene muchas lógicas que apuntan en distintas direcciones, además de ser más concesionaria, incapaz de ser justificada utilitariamente como en el placer en sus diversas expresiones, o el juego y el solaz esparcimiento, entre otros. Del mismo modo, pensar que es independiente de la dominación o de las estructuras sociales, sería ingenuidad.

Sociológicamente resulta interesante encontrar el grado de relación entre causa y consecuencia, entre estructura y las decisiones individuales, entre sujeción y autonomía, en este terreno, sobre todo en esta época en que la dinámica de individualización desprende cada vez más a los seres humanos de la cultura de clase, es decir, de un orden general (Beck, 2001).

Los anhelos eróticos, los deseos de placer corporal, quizás informan bien sobre nuestra comprensión de las diferencias sociales, estéticas y del racismo existente.

4.3 LA SEXOCIALIDAD O VIRTUDES AMATORIAS FEMENINAS

El propósito de todo encuentro sexual con las prostitutas, sea del tipo que sea, es disfrutar de su sexo, de su cuerpo. En este negocio, el cuerpo es el elemento primordial, por eso los avisos de servicios sexuales anuncian cuerpos femeninos de ensueños, espectaculares,

³⁶ Elster trabaja el concepto de mecanismo para superar las generalizaciones legaliformes y las meras descripciones; la idea de causalidad directa elogia las distintas posibilidades que un hecho social puede generar.

ideales, perfectos: “*Cuerpo espectacular. Cara bonita*”. “*Chicas de impacto*”, “*Exuberante, señora sexy...*”.

Pero en el placer sexual, inclusive con las prostitutas, no todo se reduce al cuerpo, como pareciera. Hay otros elementos que intervienen, para que la cópula no sea una cuestión mecánica de subir encima y ya. A esos otros elementos que acompaña la realización sexual, distinto al cuerpo, llamo sexocialidad: “*Ardiente, seductora. Amorosa, complaciente. Sin límites (no te arrepentirás) ¡sólo tuya!*”, “*apasionadas, insaciables, Al de bonitos bustos quebraditas*”.

La sexocialidad es un conjunto de elementos emocionales que acompañan o intervienen en el encuentro sexual de las personas. Su propósito es crear una relación más grata, más dulce, más intensa, mágica o fantasiosa. Trasciende la materialidad del cuerpo, aunque está relacionada de una u otra manera, bajo el término de corporeidad. La corporeidad es una visión de lo corpóreo, en la cual el cuerpo humano no es solamente cuerpo físico, materia, sino un organismo vivo capaz de dar sentido a la experiencia de sí mismo. Propone una forma particular de ser, de estar, sentirse y reconocerse. Habla del cuerpo, de sus virtudes, de sus emociones y vivencias, en su lenguaje.

La sexocialidad tiene dos ingredientes. Una relacionada a la ternura y la otra al placer. La primera se manifiesta en los avisos de servicios sexuales, en la promesa de trato afectivo, dulce, grato de pareja. La segunda en el ofrecimiento del hacer sexual, de la destreza en el logro del placer sexual. Las dos forman una unidad que juntas a la corporeidad hacen del copular una experiencia sumamente feliz, llena de éxtasis, frenesí y arrebatos lúbricos, erótico. Por el contrario, su ausencia puede provocar una decepción total. Sin la presencia de ella, el sexo es frío, brutal, mecánico, como en las violaciones.

Toda sexualidad positiva contiene una porción de este aspecto que lo humaniza. Inclusive está presente en el sexo con las prostitutas. Por eso mismo, algunas mujeres, cansadas de ser unas damas en la cama, quisieran que su pareja los trataran en la intimidad como putas,

con menos formalidad y menos sujetas a pautas o fronteras³⁷, para sentir la ebriedad grata que provoca los arrestos brutales e impúdicos de la sexualidad periférica.

El término sexocialidad es una combinación de las categorías sociabilidad de Simmel y socialidad de Maffesoli, aplicado al consumo placentero del sexo. Veámoslo desde las interacciones. Se puede abordar el estudio del conjunto social desde la sociedad o desde la socialidad. Para Maffesoli, **la sociedad o lo social** está constituido con “elementos meramente racionales, intencionales o económicos” y **la socialidad** “que en cierta forma es una empatía comunalizada”, constituida por sentimientos, emociones, culturas comunes, que se apoyan en vidas compartidas (Maffesoli, 1993: 151).

Georg Simmel señala que en la vida seria las personas interactúan en función a un contenido. Lo serio de su contenido se convierte en su sustancia. En la vida sociable la interacción es un fin en sí mismo, sin objetivo específico, ni finalidad buscada, prevista. Simmel llama sociabilidad a “la forma lúdica de la socialización”; es decir, forma de interacción alegre, gozosa, que prescindiendo de los contenidos centra su atención en las buenas formas de las interacciones. Lo que interesa es el puro proceso de socialización en una lógica de juego.

En la sociabilidad, por el carácter lúdico de las interacciones, se excluyen los elementos objetivos que rodean a las personas, a las cosas y a lo más específico de las personas, para establecer una relación formal pura. Se crea la ilusión de seres que se despojan de parte de su contenido y dan de sí lo mismo que obtienen del otro. Se establece un terreno de interacción entre iguales. Se crea un mundo artificial, ilusorio, democrático. El individuo se libera de condicionamientos y contenidos reales y actúan según sus impulsos, según la ocasión, suprimiendo la motivación concreta de la unión. Lo más importante es establecer

³⁷ La película *Closer* (dirigido por Mike Nichols y con las actuaciones de Julia Robert, Jude Law, Natalie Portman y Clive Owen) tiene una de las escenas más espléndidas del cine. Anna va a abandonar a Larry, su marido. Él pregunta por quién lo va abandonar. Ella le contesta que por Dan. Pero si es nuestra broma, le contesta Larry, “lo amo” dice ella. El marido engañado quiere saber todo, si se están viendo, desde cuando, donde lo hacen, cuando fue la última vez que lo hicieron, etc. Ahí es cuando le pregunta: “¿Él te coje bien?”. Ella se niega a responder. Él pregunta por segunda vez: “¿Él te coje bien?”, y ella le responde: “Sí”. “¿Mejor que yo?”. “Diferente”, responde ella. ¿Cómo? Tú sabes a que me refiero. Explícame. “Más gentil”, “¿Qué (te) trató como a una puta?” “Algunas veces”.

¿Acaso en esta última frase no está expresada el deseo oculto que acompaña la sexualidad normal de pareja, sublimada por el amor, que necesita de un componente transgresor y al mismo tiempo gozoso, pero que para muchos sólo queda a nivel de apetencia postergada?

la unión, la conexión. Esta práctica de relación puramente formal con la realidad ahorra a la sociabilidad las fricciones, las resistencias de ésta, por eso mismo se establece una relación grata con la realidad. En la sociabilidad el individuo se libera del condicionamiento concreto de “*contenidos más profundos*”. Se puede afirmar que es el momento libre y feliz de la vida. La ética aquí tiene también una forma lúdica. En tanto la sociedad es el mundo de la racionalidad, la seriedad, guiado por objetivos, la sociabilidad se desarrolla “*como residuo de una sociedad determinada por fines*” (Simmel, 2002: 98).

Esta concepción de sociabilidad que adquiere normas propias, como “residuo”, distintas a la del conjunto, se encuentra en otros autores, por ejemplo Zizek. La idea básica de él es que al lado del conjunto social hay una realidad desprendida de ella, que se administra según sus propias leyes y no de la ley del conjunto. Que puede mostrar un carácter vacío, pero que desde esta distancia de toda realidad inmediata, este reino puede mostrar la esencia más profunda de la vida de manera completa, homogénea y correcta.

Este espacio de la sociabilidad parece estéril, insignificante, pero ahí está ensamblada “*la más fina y sublime dinámica de la existencia social en general*”.

Maffesoli, inspirado en el concepto simmeliano de sociabilidad, acuña el concepto de socialidad, para indicar todos aquellos elementos microsociales, pequeños, dispersos que componen la vida cotidiana (estilo de comer, vestir, vivir, de practicar la sexualidad, de conversar, etc.), que expresan la mera voluntad de vivir, más allá de una función u obligación social. Si lo social es el dominio de lo racional, económico y político de la idea de progreso o la fe en el porvenir, la socialidad es el dominio de lo afectivo, lo sensible, lo imaginario, las creencias populares, lo insustancial y fugaz. Hace referencia a las formas banales de la existencia. La socialidad pone el énfasis en el goce del instante actual más que en las metas a conseguir (Maffesoli, 2000).

A diferencia de la tendencia del pensamiento social moderno de concentrar su preocupación en los grandes problemas de la sociedad y en la construcción de modelos totalizadores en la explicación de lo social, desde la socialidad hay que concentrar la atención en las pequeñas cosas del que se compone la vida social. Recordemos que las instituciones, los grandes acontecimientos están hechos de muchos eventos, que poco a poco fueron concretándose en

formas sociales. Si se trata de dar una explicación de los hechos macrosociales se debe ver el proceso de los hechos cotidianos simples, residuales, nimios y banales.

Si lo social tiene un carácter instrumental, la socialidad hace ser más amable con las cosas, con los acontecimientos sociales y la vida.

Entramos así en el terreno de la sensibilidad, la subjetividad y las emociones.

Este aspecto de la socialidad cuando ingresa a formar parte del ser y vivir sexual, es lo que llamo sexocialidad. Esta sexocialidad cambia según los tiempos culturales vividos, según el avance del proceso civilizatorio, según los grupos sociales y la estructura de las emociones de cada sujeto.

4.3.1 Sexocialidad: tratos de pareja, cariñosas y complacientes

“Ardientes jovencitas. Señoritas supercomplacientes, amorosas 18-20 añitos. ‘Te esperamos mi amor’” (Diario Trome).

“Creysi. Señoritas 18-22 años, muy complacientes, cariñosas, trato de pareja” (DPT)

“Mirilla. Gran inauguración. Señoritas complacientes de 18-19 añitos. Deseosas d/realizar t/fantasías ¡Te espero calatita!” (Diario Trome).

“Fabiola. Bonita, dulce kinesióloga (19), d/figura provocativa, amorosa, (S/. 40,000) c/departamento” (El Comercio).

“Leonela. Bellas finas modelitos A-1 (18-23) brindan servicios superespeciales caballeros exigentes d/solteros promoción 2x1 f/lencería 24 hrs. www.leonela.galeon.com” (El Comercio).



Figura 17 Trato de pareja y complaciente. Trome, junio 2004.

Comparando las ofertas de servicios sexuales dirigidas a cada sector social, se encuentran diferencias en el grado de sexociedad en cada uno de ellos. En aquellas destinadas a los sectores altos y medios se incide sobre todo en el aspecto de la corporeidad y el placer sexual. En aquellas dirigidas a los sectores sociales populares se incide en el aspecto corporal-sexual más la promesa de trato afectivo, como el de una mujer enamorada a su pareja: cariñosa, amorosa, dispuesta a satisfacer sus caprichos y fantasías sexuales. Es como si dijera: *“todo lo que tú quieras”*.

Las distintas estrategias de seducción en cada tipo de avisos de servicios sexuales, nuevamente revelan las distintas sensibilidades con relación al cuerpo y el placer. En este sector social alto e ilustrado es una sensibilidad básicamente corporal, que se refiere sobre todo a las virtudes del cuerpo femenino en alquiler: cuerpo bonito, figuras esbeltas tipo modelo y trato sexual exclusivo, pero poco o nada de trato cariñoso; en cambio en los sectores populares, además de las virtudes corporales se adiciona el trato amable, cariñoso o complaciente a dispensarse. Para los sectores sociales no populares el uso de la corporalidad como mecanismo de seducción es mayor. En cambio en los anuncios de servicios sexuales orientados a los sectores sociales populares la corporalidad y sexociedad están unidas.

Esto grafica los distintos grados de racionalidad y emocionalidad presente en cada uno de esos grupos sociales.

Los elementos de la sexociedad tienen una gran importancia, sobre todo dentro de la sexualidad popular. En Internet hay una página web (perutops.com) donde una comunidad de lúbricos de aproximadamente 40 mil inscritos se datean y evalúan los servicios sexuales de las chicas del placer que trabajan en prostíbulos conocidos, como El Trocadero o Las Cucardas, el Scarlet's o Kilates. También de aquellas que laboran de manera independiente o para algunas agencias, tanto en Lima, en los conos o fuera de la ciudad. Esa evaluación genera un *rating*, un índice de popularidad, de cada una de ellas. Se valoran los atributos físicos de las prostitutas: trasero, cintura, senos, talla, color de piel, belleza, etc., así como la calidad de su desempeño sexual y amorio. Interesa señalar para este trabajo, que el tipo de trato que brindan las trabajadoras del sexo a sus clientes también forma parte de la

calificación. Resultan llamativas las narraciones que hacen los usuarios, llamados entre ellos “cófrades”, sobre sus experiencias sexuales-amatorias con las prostitutas llamadas las “kines” (de kinesiólogas) (Ver anexo 3). Independiente de si es verdad o no lo señalado en esa página web, interesa varias cosas. Una, que el sexo periférico va creando una comunidad subterránea de libertinos plebeyos que gustan de este tipo de placer y encuentros, dateándose unos a otros sobre sus aventuras placenteras por medios informáticos. Segundo, que hay una creciente valoración de la sexualidad humana, cuya variante clandestina tiene la virtud de revelar el mundo de las preferencias y gustos de manera franca, del que no suele hablarse en la diurnidad del sexo. Tercero, que en este tipo de sexualidad se toma en cuenta no sólo las virtudes corporales de las prostitutas, la calidad del servicio sexual que brindan, sino también el tipo de trato de pareja, la amabilidad, la disposición a complacer los requerimientos del usuario. Aunque la sexociedad aparezca aquí en un contexto comercial, no obstante, la emocionalidad está presente. Cosa que no es frecuente en otras latitudes. Por eso se señala que estos avisos tienen la virtud de graficar, entre otras cosas, la particular relación entre sexo y emocionalidad de nuestra sociedad y cultura.



Figura 18.- Diario *El Comercio*, 2003.

Diario *Trome*, julio 2003.

4.3.1.1 En la cama: sumisa y complaciente

“¿Complaciente significa que te cumple todos tus antojos? Sí. Como las japonesas que son amorosas y complacientes. Educadas para ser sumisas.

Las gringas no aparecen en los avisos de sectores populares, porque son muy liberales. Es decir muy nómades y eso te paltea.”

El término de mujer complaciente puede ser tomado desde la tradición o la modernidad. Según la tradición, complaciente no es la mujer que es la tercera mujer del que habla Lipovetsky (1999), sino la mujer dócil, la que está disponible al capricho del hombre. La que participa en el acto sexual no como sujeto sino como no-sujeto. Menos activa que pasiva.

Visto desde la modernidad, la mujer complaciente es aquella tercera mujer que en el acto sexual disfruta del sexo, de su sexo, del sexo de su pareja, en los mismos términos que el hombre. Incluso más³⁸. Visto así la pregunta que uno se hace es: ¿cuál es el tipo de mujer que esos anuncios de ofertas sexuales ofrecen a las fantasías masculinas? Esto es lo que vamos a tratar de responder.

El sumiso y obediente, en términos clásicos, nunca responde ni protesta. Sabe ocupar su lugar. En la edad antigua eso decían de sus esclavos en venta los mercaderes a los grandes señores para indicar las bondades de un buen esclavo. La mejor virtud del esclavo era la sumisión, la obediencia. Nunca responder ni protestar. Saber ocupar su lugar.

Para el gusto de la fantasía sexual masculina, los avisos sexuales ofrecen un tipo de mujer que tiene este espíritu, al mismo tiempo que poseedora de un cuerpo y una sensualidad que esclaviza. En un tiempo en que la mujer ha advenido en protagonista y cambiado las relaciones de tipo tradicional entre los sexos, la identidad masculina típica ha entrado en cuestión. Necesita un apoyo fantasmático, para recuperar su valía. Y en estos avisos donde las trabajadoras del sexo se presentan como complacientes, cariñosas, atrevidas, algo de eso se encuentran, pues están orientados a la necesidad que tiene el varón de controlar las relaciones intersexuales como antes, aunque esto sea a nivel de la ficción.

Si la mujer es complaciente significa que ahí se realiza la contraparte. Se realiza el hombre en cuanto asume el rol de hacendoso, que toma la iniciativa y tiene capacidad exploradora.

³⁸ En la película *¿Cuánto me amas?*, la bella Mónica Bellucci encarna a una prostituta, llamada Daniella, que se va a vivir con Françoise, porque éste le ofrece pagar 100 mil euros mensuales. Él le dice que acaba de ganarse “el gordo” de 4 millones 542 mil euros, y quiere gastarlo todo. Ella, junto a él, vive espléndidamente su sexualidad, no obstante el mal de corazón que sufre su pareja. Pero esa vida sexual no lo limita sólo a él, como él tampoco da su sexo sólo a ella. Los otros le llaman puta, y ella orgullosa dice ser puta. Aquí se revela

Ella sujeta a su ritmo y a las pautas establecidas por él. El funcionalismo dual de la sexualidad en toda su expresión, actuando a la perfección, sin lugar a las retroacciones o comportamientos “anómicos”: hombre activo, mujer pasiva. Mas la sexualidad humana se rige por otro paradigma. En realidad en el sexo, sobre todo en la subjetividad de ahora, ambos, hombre y mujer, son activos y pasivos al mismo tiempo. Los cambios en las relaciones entre los sexos del que nos hablan Lipovetsky (2000), Beck (2001) y Bauman (2007) corroboran este hecho.

En la televisión local hay una propaganda frívola que, por lo mismo, ilustra con claridad este cambio, y, cómo este cambio es visto en nuestro medio. Es la propaganda de Bembos. Ahí hay tres personajes. Pamela y su pareja, que conforman un matrimonio joven, y el sándwich de Bembos. La escena comienza cuando Pamela abre la puerta de su casa para que ingrese su pareja. Apenas entra él, ella arremete sexualmente, sorprendiéndole. Lo besa, le quita parte de su indumentaria. A empujones lo lleva al dormitorio. Lo avienta de espaldas a la cama. Se sienta sobre su pelvis, le desabrocha la camisa, el pantalón y amarra cada mano en cada uno de los parantes del respaldo de la cama. Él está gratamente asombrado por la actitud de ella. Goza subjetivamente pensando en un encuentro sexual salvaje, explosivo, libre, a iniciativa de ella, prometido en esos preámbulos. Pamela mira el reloj. Es la hora prevista por ella, antes de iniciar este juego sexual. Suena el timbre. Llega su encargo de Bembos por *delivery*. Aquí salta el elemento perverso del comercial, que mengua el carácter revelador de esta tercera mujer, que abandona su rol tradicional de pasiva y toma la iniciativa sexual, dominando seductoramente a su hombre. Ella deja todo por el tercer personaje que recién entra en escena, pero que ha estado presente durante todo el evento: el sándwich gordo de Bembos. De modo que en lugar de comérselo a su pareja (sexualmente hablando), Pamela devora solita el sándwich de marras. Para satisfacerse deja insatisfecho sexualmente a su pareja. Lo de abajo es sacrificado por lo de arriba. Mientras él nuevamente sorprendido, atado de manos en la cama, sólo atina a llamarla por su nombre, “¿Pame?”, mientras ella disfruta de su sándwich.

Lo rescatable de esta frustrada culminación sexual es la grata revelación de la nueva mujer con iniciativa sexual, por consiguiente con sorpresas imprevisibles. En la propaganda Pamela encarna el rol de la nueva mujer deseada, que en muestra de radicalidad no toma en

este nuevo tipo de mujer, propio de estos tiempos en el terreno sexual, que no teme ser considerada puta, para

cuenta los juegos sexuales previos ni la exploración del cuerpo, arremetiendo casi salvajemente contra la libido de su pareja.

4.3.1.2 La promesa de trato de pareja y las distintas sensibilidades

Al centrarnos en los avisos de servicios sexuales que llevan el nombre de mujer como título, encontramos señales del juego fantasmático. Los avisos sexuales están acompañados de frases de invitación como: “*Trato de pareja*”, “*Atención de pareja*”, “*Trato de amante*”, “*Gozaremos juntito*” y otro recurso más reciente “*Te espero mi amor*”, que brindan pistas sobre el sentido particular de las relaciones que se trata de establecer en el sexo de paga.

Llama la atención la importancia que va tomando ese ingrediente de la sexociedad, referido al trato afectivo en el comercio sexual que ofrecen las prostitutas. La cantidad de avisos de ofertas sexuales cuyo contenido resaltan bastante este aspecto de trato amable y cariños, es revelador de la peculiaridad (popular) en el disfrute.

Si hay alguna lectura que hacer de estos avisos sería desde las distintas sensibilidades presentes en ellos. Los sectores sociales medios y altos van al encuentro del goce sexual con las prostitutas con menos apremios y menos angustia que los sectores populares. Menos angustia significa que no es un acto de mucha importancia y significado. Su guía es otro: placer sexual y distinción social, de ahí la preferencia por los cuerpos de modelos y anfitrionas exclusivas. Esto no significa que su goce sea menor o mayor. Simplemente, que es otro modo de gozar del sexo periférico. Los sectores populares en cambio están orientados por la búsqueda de la sexociedad, es decir cuerpo, sí; sexo, sí, pero también trato grato, amoroso y complaciente.

Esto puede ser leído desde el lado objetivo como la necesidad de cariño, afecto. Es que en el alma popular, junto a la búsqueda de placer, hay como una ausencia honda en la expresividad de cariño, de consideración, reconocimiento, por lo que la presencia de la

confirmar que es gozadora, tanto como el hombre.

socialidad como elemento importante en sus interacciones, en los términos de Maffesoli, o comunidad en los términos de Tonnies, se impone. En el alma popular ciudadano hay una gran demanda de socialidad en el mundo de la vida. Proviene de un mundo de socialidad y necesitan de socialidad. Su ausencia provoca vacíos que se trata de llenar de varios modos, desde tomar cerveza colectivamente en un solo vaso, pasando por la creación de espacios y momentos festivos extremos, hasta sexo con prostitutas buscando ilusamente trato de pareja³⁹

Desde la imaginación colectiva actual, este deseo de trato de pareja, de trato cariñoso, junto a otros elementos de los avisos como cuerpos exuberantes y sexo espléndido, son apasionadas imágenes mentales que forman parte de ese mundo de sueños de la sociedad y civilización popular. Aquí podemos ver que las fronteras entre la realidad y las fantasías son tenues. La subsistencia de elementos míticos y fabulosos de su mundo junto al renacimiento de los elementos mágicos, permiten la configuración de esa particularidad en la sexualidad periférica.

Por otro lado, la demanda de sexocialidad, al que se refieren los avisos, invita a pensar que la sexualidad en la ciudad se va mecanizando, haciéndose formal y rutinaria; perdiendo la esplendidez propia de las sociedades disipadas o del espíritu popular de hoy. Como la óptica de mercado percibe con claridad este hecho, desde el marketing de negocios en el sexo, apunta a ofrecer aquello que falta o necesitan los hombres de un sector social u otro. Unos avanzarían con menos problemas en este proceso de instrumentalización de las interacciones sociales, y la relación fría del cálculo y del dinero, mientras otro grupo se resiste a ese proceso y reclama vitalidad en las interacciones, aun en las actividades más calculadora y péfidas como es la venta del placer de los cuerpos.

Esta situación muestra que a través de la sexualidad periférica de la prostitución se revelan no sólo las preferencias por un tipo de placer en los diferentes grupos sociales de nuestra sociedad, sino también el tipo de modernización y proceso civilizatorio que cada uno de ellos experimentan. La estructura de sus emociones: una más racionalizada, otra más

³⁹ En la película *Chicha tu madre*, Julio César, el personaje central es un taxista, quien excluido del grupo de hinchas del equipo de sus amores, y en cierta forma de su familia, del que se siente algo ajeno, se refugia en la quiromancia y en los brazos de su prostituta preferida en un burdel de la ciudad.

sensible y emotiva. De modo que los tipos de fantasía que busca suturar la brecha existente entre una sexualidad marginal y otra normal con la pareja, más allá de aliviar una angustia individual manifiestan un proceso social de mayor alcance.

Algo más, este proceso civilizatorio invade el mismo ejercicio de la prostitución de modo que la maquilla del estigma que la ha acompañado tradicionalmente: mujeres frías, distantes, maleadas, rodeados de rufianería. Para ello, el sexo periférico toma un elemento propio de las relaciones de pareja normal: relaciones sexuales acompañadas de afecto y cariño.

Leído desde la cultura, los elementos presentes en los avisos muestran las actuales características generales de la sexualidad, pero también nuestra particularidad. A diferencia de los anuncios de servicios sexuales de otras latitudes de América y Euroamérica (ver Anexo 4) que enfatizan con elocuencia sólo el tipo de servicios sexuales que brindan, los anuncios locales que aparecen en Internet (www.yaclarificados.com.pe) y en los diarios enfatizan los dos aspectos de la sexocidad: el trato de pareja y las promesas de placer hiper espléndido.

En ninguna otra sociedad, los anuncios de servicios sexuales o agencia de escorts o acompañantes contienen los ofrecimientos de estos dos elementos de la sexocidad nuestra. Generalmente, sólo aparecen datos personales, información de contacto, la imagen pornográfica del cuerpo, sus características (piel blanca, ojos claros, cabello rubio, por decir), los tipos de servicio sexual que brindan, que principalmente son servicio completo, dúos y fantasías. Mas no aparecen las promesas de trato de pareja.

El tipo de trato de pareja, cariñosa, complaciente de los anuncios también revela nuestra forma de interacción tipo Sur: más cálidas, de más aproximaciones. Donde está presente elementos de la racionalidad como de la sensibilidad. Este maridaje de dos elementos que en la cultura occidental son excluyentes, opuestos, hace que seamos una cultura llena de paradojas, de fusiones impensables, de posibilidades inesperadas, de multiplicidades diversas. De ahí que la sexualidad periférica de las prostitutas va más allá del cuerpo atractivo: da cuenta de las representaciones imaginarias, ensueños, pasiones, emociones, fantasías que acompañan nuestro mundo social.

Es en la experiencia sexual, quizá más que en cualquier otra experiencia, que las construcciones imaginarias se presentan galopantes, vigorosas, por lo que en su momento y

a la postre resultan seductoras, como también reveladoras. Quizá ésta sea la razón por la cual los negociantes del sexo hacen un uso frugal de este aspecto en los anuncios de servicios sexuales que publican en la prensa local.

Dentro de la variedad de buen trato, en el terreno de la sexociedad, que las trabajadoras del sexo utilizan como estrategias de seducción, están las promesas de un trato cariñoso, romántico y seductor.

“Rubí. Supercariñosa brinda servicios especiales, c/lencería...”.

“Susan. Encantadora muñequita A-1, divertida, cariñosa”.

“Señora latina. Linda, distinguida, rubia, 43 sensual, b/figura c/lencería”.

(El Comercio).

Finalmente, a los hombres que concurren a los prostíbulos no sólo les interesa el sexo como habitualmente se piensa. Se buscan otros componentes gratos en el goce sexual que tengan relación con la consideración, el cariño y la complacencia. Sobre todo ahora que el sexo se ha feminizado.

Esto nos lleva a señalar nuevamente que la brecha entre la sexualidad periférica y la sexualidad “normal”, se va acortando cada vez más. Una va entrando y otra va saliendo, y viceversa. Es decir, la sexualidad periférica va entrando al terreno de la sexualidad normal y ésta va tomando elementos de la periférica. La fantasía da mejor cuenta de este proceso. En la película *¿Cuánto me amas?*, al que me he referido antes, hay un pasaje, donde la ex pareja de Daniella, señala que ella es “mujer y puta, las dos cosas, como muchas mujeres” para puntualizar que en la sexualidad de las damas decentes y el varón comedido, el sexo marginal también tiene su espacio.

4.3.2 Sexociedad: tipología de las mujeres deseadas para el placer

La enumeración de los tipos de mujeres deseadas para el placer en la intimidad, que se presenta a continuación, puede adquirir sentido a partir de la idea presente en el psicoanálisis, de que “no hay una fórmula o matriz universal que garantice una relación

sexual exitosa con el compañero. A causa de la ausencia del tal fórmula cada sujeto se ve obligado a inventar su propia fantasía” (Zizek, 1999: 17).

Aquí dos reflexiones. La primera es que, en tanto no hay una matriz o guía universal para un sexo exitoso, la creatividad es una obligación. Aquí es donde la fantasía entra a actuar en tanto creadora de deseos. La otra es que en cuanto no existe un elemento arquetípico sexual en los individuos, hay que encontrar el factor que active su excitación y regule sus deseos. ¿Cuál ese factor? Según el tenor de los avisos algunos de ellos sería: superfogosas, ardientes, fogosas, etc.

¿De qué modo estos datos pueden permitirnos ver la manera cómo se va estructurando la dinámica social y en particular la sexual, hoy? No cabe duda de que hemos entrado a un tiempo de la disipación y el disfrute grato del cuerpo, por tanto del sexo menos prejuiciado.

Aquellas experiencias sexuales que antes discurrían subterráneamente están hoy en la superficie. Peter Gay, en su libro *La experiencia burguesa* (1992), examina la vida sexual de la burguesía decimonónica francesa, bajo los presupuestos de Freud. “La forma que toman los instintos libidinales bajo la presión de sus imperativos morales y sus posibilidades físicas”, así como los disfraces que en ese entonces tomaban los deseos eróticos en la esfera superior de la cultura, entre otros aspectos. Para dar una respuesta a esa preocupación encuentra una pista: las memorias de Mabel Loomis Tood. Ella era una dama que llevaba un registro exhaustivo de su vida erótica, escribiéndolo de una manera locuaz y desinhibida. Allí da cuenta de “la sensualidad burbujeante y apenas reprimida” de las damas, que en la vida social pasaban como decentes, incapaz de aceptar abrazos y besos promiscuos, cosa de plebeyos y gente ordinaria en el decir de ellos, pero la “circunspección pública no inhibía la experimentación privada” de sus satisfacciones eróticas.

Ciertamente que hoy no contamos con un registro similar al de madame Todd, ni un estudio parecido al de Gay en nuestro medio, por eso resulta relevante señalar, aunque escuetamente, las características más notables del tipo de comportamiento sexual femenino en la intimidad, que se ofrece en los avisos. Es una especie de mosaico erótico disponible, que brinda información sobre las diversas preferencias placenteras de los hombres en la intimidad, pero también de las mujeres.

Ahí se registraron los diversos comportamientos sexuales femeninos gratos a las fantasías eróticas masculinas. Estos remiten a los variados factores, que despierta nuestro erotismo, así como de la maleabilidad, la versatilidad, de nuestro placer sexual. ¿Cuántos de estos son de reciente aparición? ¿Cuántos de estos han abandonado el recinto privado y tomado por primera vez el espacio público?

Vivimos un tiempo más disipado, más erótico; con un potencial crecimiento del espíritu orgiástico, concomitante a un tiempo de mayor acrecentamiento del poder de las mujeres. Norbert Elías, en una entrevista, señala que una mujer que en la Francia del siglo XVIII mostrara las piernas y los senos suponía un paso decisivo en su proceso de emancipación. Eso significaba que había dejado de ser propiedad de su padre y esposo⁴⁰. El hecho de que las mujeres se representen a sí mismas como sensuales y sexys, provocativas, insaciables, ardientes, apasionadas, supercalientes, excitantes y dispuestas a entregarse en cuerpo y alma, no es sino otra señal del mismo proceso de liberación sexual de la mujer, pero en un grado mayor. Que en este caso sea bajo el ropaje de la prostituta, interesa poco. ¿Acaso la mujer moderna de hoy no se presenta ante la persona amada, con las mismas promesas de goce que las prostitutas a sus clientes, aunque empleando otros códigos y lenguajes?

Mujer sensual y sexy

La sensualidad femenina es cuestión de actitud, sea innata o aprendida. Los hombres la relacionan con ciertos detalles que la hacen deseable.

Una mujer sensual no tiene que ser bella y voluptuosa necesariamente, sino ser aquella que despierta deseo y admiración. Para ello es suficiente un gesto provocativo, un movimiento del cuerpo, una forma de hablar, de caminar o una mirada pícara. Su cuerpo, su figura, sus curvas; sus labios rojos, senos voluptuosos, manos bien acicaladas; un detalle, un botón abierto en la blusa o una pierna cruzada que insinúa lo prohibido, un movimiento sutil.... Todo un mundo de mensajes subliminales que activan los deseos. Generalmente, la mujer sensual sabe cuál es el fuerte de su cuerpo y lo explota. Si es su pecho, busca la forma de exhibirlo. Si son sus piernas o su trasero, busca que los hombres se fijen en estas zonas de su cuerpo. Los movimientos sensuales son movimientos sutiles, no atrevidos ni

abiertamente sexuales. Ser sensual es ser sutil; decir, sin decir. Mover el cuerpo estratégicamente para subyugar o conquistar la voluntad del otro.

Una mujer sexy alborota el deseo. Su sensualidad despierta los sentidos. La sensualidad en ella va más allá de un cuerpo bonito y poca ropa; más allá de senos protuberantes, nalgas de infarto o ropa seductora. La sensualidad está relacionada a la actitud desenvuelta. Ser sensual es dejarse llevar. La mujer sexy desea ser deseada; atraer a los hombres. Responde a un estado de ánimo femenino. La manera de ser una mujer sexy hoy difiere de las de antaño. Antes la mujer era recatada, llena de promesas misteriosas. Hoy es sexy la mujer que muestra una actitud más atrevida frente al sexo: habla de sexo, se acerca con libertad al hombre que le gusta. Desinhibida, sin miedos ni temores. Se viste con ropas sugestivas. No se avergüenza de mostrar sus formas y curvas. Le gusta ser observada por los hombres. En el terreno del sexo, es donde muestra su diferencia con las mujeres de antaño. Si antes la mujer estaba limitada a un rol pasivo, mudo; la mujer sexy de hoy toma la iniciativa, dice donde quiere que la toquen y cómo. La mujer sexy es la mujer que busca su propio placer, su propio goce. Disfruta del sexo.

En la intimidad, la mujer sensual y sexy es una mezcla de soltura, provocación, dulzura y misterio. A la hora de hacer el amor puede realizar fantasías eróticas y tener un encuentro íntimo que rompa con la rutina. La mujer sensual y sexy hace que su pareja tenga una enriquecedora experiencia sexual, realmente gozosa y satisfactoria. La sensualidad activa la imaginación y la fantasía erótica. Alarga las fases previas de intimidad. Para la mujer sensual, el sexo es algo natural y lo disfruta a plenitud, sin llegar a comportarse como una golosa. La sensualidad de ella está en que seduce al hombre y en lugar de tomar la actitud de mujer comando, se entrega al placer sin reparos ni inhibiciones, disfrutándolo de manera exquisita. Sintiendo y haciéndolo sentir.

Su asiento principal está en la energía que emana de ella, en sus encantos femeninos, en su mirada, en sus gestos, en su sonrisa, en su forma de conducirse ante los demás, en su manera de caminar, en su estilo de arreglarse y en su forma de modular la voz, en su forma de besar, amar y hacer el amor.

⁴⁰ Ver, Entrevista a Norbert Elías. *Civilización y subjetividad*, en Zona Erógena Nro. 13 del 1993. <http://hyperelias.jku.at/Abstracts/Fulltext-spa-1993-T-spa-1.pdf>

La sensualidad seduce. La seducción está relacionada específicamente al erotismo. Este tipo de mujer seductora despierta la imaginación erótica del varón. Lo excita. Más aun poseer un cuerpo armonioso y sensual, las convierte en amantes deseadas por cualquier hombre ansioso de vivir sensaciones placenteras intensas.

Aquí, nuevamente la paradoja: los hombres desean y buscan una mujer que sepa hacerles sentir su singularidad, pero al mismo tiempo las temen. El grado de temor depende de su grado de inseguridad frente a ellas, sobre todo si es una mujer de personalidad imponente, segura de sí misma, libre, sin tabúes, autosuficiente. Eso como que le mueve el piso de su machismo. Se sienten intimidados frente a una mujer que no necesita de él. Por eso la figura de la mujer sensual es grata, pues ella es una mezcla de soltura y tino.

Provocativa

Junto al atributo de sensual está el de mujer provocativa. Para algunos lo provocativo es otro término que sirve para designar a la seductora. Pero no, existen diferencias no tan sutiles.

Una mujer sensual es provocativa, es decir enerva el deseo sexual del varón, pero busca ser deseada de manera sutil. La provocativa casi literalmente es la mujer que bien puede emplear su ingenio en la generación del deseo sexual, pero también es aquella que va de frente, sin rodeos a la cópula. Si la sensual es espontánea, la provocativa racionaliza su actuación, busca mecanismos, estrategias de seducción sexual.

La mujer provocativa es aquella con capacidad de conquista; firme en su autoestima y decisión. Es decir, no son mojigatas ni adoptan poses virginales. Muestran su desnudez con soltura.

A la mayoría de los hombres les agrada la mujer que le guste experimentar y sabe lo que quiere en la intimidad. Como también hay otros que los prefieren más complacientes y recatadas.

La figura de la provocativa, en los anuncios de servicios sexuales, está dirigida a un grupo de hombres que prefieren mujeres independientes, comunicativas, sexualmente liberadas y

seguras de sí mismas, tanto dentro como fuera de la cama. Son también hombres seguros de su sexualidad.

Insaciable

La mujer insaciable es aquella que no queda satisfecha con nada. Es una adicta al sexo que siempre quiere más; que busca satisfacerse plenamente, que busca experimentar y disfrutar del sexo al máximo. Aquella que utiliza el cuerpo en todos los sentidos. Goza hasta no dar más. Puede estar haciendo sexo horas y horas. Es decir que tiene mucho aguante. En ella se actualiza el mito de la vagina devoradora, de la vagina poderosa, de la mujer del sexo salvaje.

¿Cuál es su público masculino? Aquellos de buen rendimiento sexual y bien dotado. Que gustan de relaciones sexuales que exceden los límites. De espíritu libertino.

La insaciable es la siempre insatisfecha. Por lo tanto, es un reto para el amante que debe ingeniarse formas de satisfacerla. Como insatisfecha busca nuevas opciones, casi siempre, para llegar al máximo placer. Puede querer orgía, tríos, también sexo anal, oral y otras obscenidades gratas. Invita a hacer permanentemente cosas sexuales fuera de la rutina.

Abre el camino al empleo de varios recursos que puede resultar grato y con un final feliz. Es un trabajo matador para el hombre pero si lo hace bien, envidiable.

La mujer insaciable es un desafío para el hombre. Su demanda necesita respuestas supereficaces.

No estamos hablando de mujeres insatisfechas y mal atendidas, sino de aquellas que siendo bien atendidas, desean continuar buscando más sexo y mayor placer. Generalmente son multiorgásmicas. Tienen un insuperable *currículum* lúbrico.

Tener una mujer de esas características tiene ventajas y desventajas. La desventaja es que si no la complaces te puede cambiar por otro con suma facilidad. Deseosa de experimentar nuevas sensaciones, busca otras alternativas. La ventaja es que está dispuesta a todo con su cuerpo. Le encanta el sexo salvaje. Goza de sus excesos. Pasa fácilmente al sexo duro. Su

deseo ordena, el cuerpo obedece. *Hazme con toda tu fuerza, hazme más, sigue, sigue...* suelen pedir cuando hacen sexo con su pareja. Quiere más, como si en cada paso de placer hubiera creado otros lugares, más lugares para satisfacerla.

En la mujer insaciable los varones adultos rememoran el mito de toda la noche, de la sexualidad naciente en su juventud y adolescencia, cuando todas las fuerzas de los ardores del cuerpo podían ser complacidas con suma facilidad, debido a la vitalidad del cuerpo.

En tanto expresiva, la insaciable brinda un espectáculo del orgasmo femenino incomparable. Multiorgásmica, busca y prefiere tener como pareja a un semental, para sentir sexo de verdad. Quizá por este lado está el acoso a la fantasía masculina que no se señala en los anuncios de servicios sexuales, pero que está presente en nuestra experiencia sexual extraordinaria.

Las variedades de este tipo de mujer gozadora son las ardientes, las sangres caliente y las superfogosas y apasionadas:

“Karen ‘La golosa’. Soy ardiente full amorosa y complaciente, trato de pareja, c/dpto. privado independiente. De lun.a Dom s/. 25 ½ hora” (El Chino).

Las primeras se asemejan a la insaciable. La diferencia es sutil, pero diferencia al fin y al cabo. La mujer ardiente es la que está disponible para el sexo a cualquier momento y lugar. Es aquella que disfruta y le gusta disfrutar del sexo. El cuerpo la llama hacia el placer. Es la que toma la iniciativa. La que está disponible. La que quiere hacer sexo en todas las posturas. Es la buena amante. Ardiente y apasionada.

Aquellas que se ubican en el segundo grupo son las que disfrutan del sexo a plenitud, sin inhibiciones. Pone cuota de cariño y pasión en el sexo. Hay un aporte mutuo y gustoso, en las cosas que se hacen. Es el tipo de mujer buscado por un tipo de cliente también ardiente o que busca satisfacciones altamente gratas.

En los diarios populares, el recurso a este tipo de mujeres es mayor. *El Comercio* también señala estos atributos femeninos deseados para la intimidad, pero con otros términos, como:

Superapasionadas y participativa, rica y apretadita. Lindas y excitantes. Sexy. Por eso decimos que si bien la sexociedad es lo común compartido, tiene sus grados y especificidad en cada grupo social.

4.3.2.1 Los dos lenguajes del sexo salvaje

Para completar el cuadro de las características de la sexualidad periférica, describimos dos tipos de comportamientos sexuales que tienen un componente transgresivo, pero que no forman parte de ningún vicio inédito.

Servicios completos y todo tipo de fantasías

Gregorio Martínez, en *Libro de los espejos: 7 ensayos sobre el filo del catre* (2004), dice que el servicio completo no existía en el lenguaje de la prostitución limeña de los años cincuenta. Debido a la creciente crisis, las migraciones de pobres y al aumento de la competencia sexual surgieron propuestas sexuales más atrayentes. Una de ellas, el servicio completo. El servicio completo es la parte del menú sexual más deseado y buscado por los bohemios y libertinos. Consta del uso de diversas poses sexuales, fuera de las habituales; del sexo oral (*cunnilinguis*), anal, el beso negro (*annalinguis*), y todo aquello que el cuerpo pueda realizar durante el acto sexual. Martínez escribe que fueron las mujeres de la selva las que ofrecieron por primera vez este servicio. Sobre su origen no todo está dicho.

El servicio completo, en el mismo lenguaje de los avisos, comprende: boquita mamadora, sexo vaginal, anal, oral, normal, piernas al hombro, la 69, “el perrito” y otras poses y juegos eróticos. La trabajadora sexual sabe de este tipo de preferencias masculinas, y por eso los ofrece: *“Dispuesta a todo, brindo servicios especiales”*.

En esa promesa, la prostituta muestra de manera brutal y directa los aspectos más atávicos, los deseos más “perversos” y no confesados de la sexualidad humana.

Goza por la colita



Figura 19.- Trome, octubre 2002.

No todas las mujeres están dispuestas a tener este tipo de sexo, inclusive algunas trabajadoras del sexo. En la película *Princesas*⁴¹, hay una escena donde Caye y Zulema conversan sobre sus experiencias en el mundo de la prostitución; las preferencias masculinas; las palabras que les excita y les gusta escuchar de sus labios:

-C. ¿Tú haces de todo?

-Z. Casi.

-C. Yo igual. Menos tragármelo, me da asco y paso.... Y por el culo también... no lo soporto.

-Z. Yo igual.

-C. Les pongo videos pa' que terminen antes... de putillas, de corridas... de todo (....)

-Z. Yo le digo cosas.

-C. ¿Como qué?

-Z. De todo... Cochinadas... Clávamelo... Métemelo toda... Lléname de leche.

-C. ¿Lléname de leche?

-Z. Te lo juro... ja, ja... Lo de la leche les encanta. No sé por qué, pero es la palabra mágica... lo dices y... ya.

-C. Voy a probarlo. ¿Cómo es? Lléname de leche, lléname de leche.

-C y Z (juntas riendo). Lléname de leche, lléname de leche.

-C. Y con goma todo, sino paso.

⁴¹ Se puede ver parte de esta película en YouTube <http://www.youtube.com/watch?v=rTTPK1krj-k&feature=related>.

Si en la parte de epistemología del trasero señalamos la importancia que tiene esa parte del cuerpo femenino en la imaginación lúbrica del varón, aquí queremos puntualizar el sentido cultural de la práctica sexual por ahí, que se sintetiza en la frase seductora “Disfruta por la cola”, de los avisos de servicios sexuales.

En las distintas formas de disfrutar del sexo señaladas en líneas arriba, casi todas se ubican dentro del marco de lo prescrito, no salen de él. Salvo los que dicen hacer servicio completo. Pero *Gozar, disfrutar, por la cola*, es una forma de brindar placer distinto a como lo prescribe el uso común. La razón puede ser por la insuficiencia del placer obtenido de manera habitual o bien por buscar excesos en la práctica sexual o también para gozar de las delicias de Sodoma, como solía decir el Marqués de Sade⁴².

Trasunta una liberación de las fuerzas morales mayor que las insaciables o superfogosas. Es una actitud de ir lejos en la moral y las virtudes imaginarias en nuestra cultura. Es la forma extrema y radical de la voluptuosidad transgresora, que por su práctica creciente, admitida por las parejas normales, cuando dicen en las entrevistas: “*con mi pareja hacemos de todo*”, va dejando de ser tal. Complementa de lo que expresan algunas mujeres a su pareja: “*hazme todo lo que quieras, y como quieras*”.

Aquí el sexo contranatura es sexo contracultura. Un sexo no sometido a la férula de aquello considerado normal, por consiguiente considerado parte de la perversión sexual, acto de degeneración, que busca el lenguaje de la fantasía y los sueños eróticos para salir a luz.

Conclusión parcial

Como conclusión parcial de esta parte precisamos: así como la corporeidad señala el tipo y forma de los cuerpos femeninos que enervan la libido sexual masculina, la sexocialidad señala los elementos subyacentes tanto emocionales, subjetivos y actitudinales que vuelven más explosivo el goce sexual.

⁴² En *La filosofía en el tocador*, Marqués de Sade hace una descripción detallada de los placeres corporales en forma pedagógica. Madame de Saint-Ange pide permiso a los padres de Eugenia, una adolescente de 15 años, para estar con ella un par de días en su casa. En esos días y noches ella, Dolmancé y el caballero de Mirvel educan a Eugenia en los secretos del placer sexual. –Madame de Saint-Ange le recomienda: “Una muchacha no se expone a la preñez mientras no se deja meter en la concha. Que evite con cuidado esta manera de gozar;

El tipo de mujer descrito en los avisos no son hembras perversas ni ángeles. Ni perdedora de hombres, ni puta, ni vírgenes. No hay esa imagen artificial que se trata de imponer en los relatos, en los cuentos, en las fábulas, en las canciones románticas y de despechados. No aparecen como figuras dicotómicas de madres-vírgenes y diabras-putas. No son mujeres engañadoras, volubles, caprichosas o damas nobles, ideales y mesuradas. Son mujeres de sexualidad liberada, que expresan de manera realista, sin máscaras, los mandatos de sus deseos más íntimos en lenguaje franco, inclusive obsceno. El lenguaje real del sexo es obsceno. No hay una manera decente de referirnos al sexo, a riesgo de perder su valor, su sentido fidedigno. El lenguaje indirecto para referirse al sexo haciendo alusión a otra figura en su reemplazo, no es sino hipocresía y falso pudor, hasta de mal gusto.

En la sexociedad, las mujeres aparecen plenamente sexuadas, en toda su terrenalidad. En sus aspectos más primarios: cómo les gusta que las agarren, que las cojan; cómo les gusta disfrutar y cómo son en el sexo: insaciables, ardientes, sensuales. Hace poco, en un programa de televisión local⁴³ se hablaba del sexo en la ciudad. Ahí se entrevistaba al público de la calle sobre su comportamiento sexual y sus preferencias sexuales. Pocos entrevistados emplearon el lenguaje franco, y cuando lo hacían usan el lenguaje obsceno que es el lenguaje del sexo. A una dama joven de clase media el reportero le pregunta sobre el tipo de sexo que le gusta, y ella dice: “*de todo, anal, oral. De todo*”. Cuando le vuelven a preguntar que le gusta que le diga su pareja en la intimidad, ella responde “*me gusta que me diga eres una puta*”. Y ella le dice a su pareja “*eres mi cachero*”. Curiosamente es la mujer la que habla más de su intimidad, mientras que su pareja sólo atina a confirmar con movimientos de la cabeza. Lo mismo sucede entre los panelistas del referido programa. Las mujeres cuentan con mayor detalles sus comportamientos y preferencias sexuales que no dista de lo que expresan las prostitutas en estos avisos que se publican en los diarios de la ciudad, aunque ciertamente, en otro lenguaje. Estamos frente a un tipo de mujer radicalmente diferente a los de antaño, de sexualidad liberada. Estamos frente un nuevo tipo de interacción entre los sexos. Esas son las mujeres que gustan hoy a los varones en la intimidad.

que ofrezca en su lugar la mano, la boca, las tetas o el agujero del culo. Por esta última vía obtendrá mucho placer, quizás más que en otra parte; de las otras maneras, lo da” (1948: 52).

⁴³ Me refiero al programa de ATV “Fuego Cruzado”, propalado el día sábado 9 de agosto del 2008.

Es interesante la verbalización de esas utopías de goce sexual masculino y femenino. Ciertamente que en los avisos de servicios sexuales no lo hace una mujer común y corriente, pero las prostitutas interpretan bien ese deseo, aunque presentándolo como el deseo del otro. Cuando en la propaganda para varones se oferta una tipología sexual de mujer, se está expresando al mismo tiempo un tipo de sexualidad femenina deseada también por ellas mismas.

Pero hay que evitar confundir la realidad cotidiana con el realismo en la propaganda de ofertas sexuales. Es realista en tanto dice en un lenguaje inusual lo que se calla y oculta. Se saca a luz un aspecto de la sexualidad erótica femenina que generalmente no se revela en el lenguaje formal, ni en el comportamiento formal, sino sólo cuando se sale de él. Las prostitutas juegan ese papel. En el caso de la dama entrevistada ella toma el lugar y el lenguaje de la prostituta, para atreverse a decir lo que ella como mujer decente no se atreve a decir o hacer. De modo que ahora se hace fácil confundir realidad y fantasía, mundo sexual de superficie y subterráneo. La línea que los separa es muy tenue y frágil.

Los tipos de mujeres que se presentan retratan la sexualidad erótica femenina y masculina deseada y soñada de esta época. Se puede decir que es un retrato de la sociedad de nuestro tiempo, cada vez más orgiástico, en términos sexuales. Allí aparecen los tipos de usuarios que buscan mujeres con las características sexuales descritas. Allí aparecen mujeres que buscan pasarla bien y hacer pasar momentos inolvidables al varón. Allí aparecen cosas del que no se dice ni se habla, y mucho menos se admite en las encuestas sobre sexo, por temor a correr el peligro de ser llamadas ninfómanas o putas. Pero que en el lenguaje banal emerge como una realidad inocultable e irrefutable.

El conjunto de componentes de la sexociedad permite apreciar una tipología de mujeres que gustan para la intimidad, el tipo de atenciones y de servicios sexuales esperados, pero en lenguaje fantástico. En tanto no está admitido oficialmente forman el universo de los deseos. Por eso utiliza el lenguaje de las imágenes para tomar cuerpo.

Estas fantasías tienen un componente orgiástico, en tanto es una práctica sexual sin restricciones. En la cultura occidental la orgía está asociada al desenfreno.

4.3.3 Estereotipos de los comportamientos sexuales

4.3.3.1 Chibolitas, debutantes y estudiantes universitarias

En los anuncios de servicios sexuales se encuentran dos calidades de cuerpos femeninos que corresponden al tipo de preferencias sociales, los cuerpos tipo modelo y los cuerpos tipo vedette. Pero las preferencias también se orientan por los ciclos vitales. Forman parte del acervo de las fantasías sexuales masculinas, el grupo de las jovencitas y el grupo de las señoras.

Según la estrategia de seducción diseñada por el márketing que aparece en los anuncios, hay señoras de 40 años de edad, pero sin llegar a la tercera edad. Este grupo (de la tercera edad) rescatado últimamente por el márketing publicitario, está excluido de los sueños sexuales. Pero es posible encontrarlo aún en algunas calles pobres de la ciudad, como parte de la diversidad de cuerpos prostituidos que no ingresan en el mundo oficial de la prostitución, pero que están ahí, para algunos de gustos especiales.

El grupo de las jóvenes se subdividen en dos. Un subgrupo de las más mozas, que en el lenguaje popular llaman *chibolitas*⁴⁴, y otro subgrupo, el de las jovencitas propiamente dicho.

El primer subgrupo de las llamadas *chibolitas* está formado por doncellas de 18 y 19 años de edad, y el subgrupo de las jovencitas, conformado por las de hasta 20 y 25 años de edad. En los avisos, el recurso a las jovencitas de 18 años es notable. Le siguen las de 19 y así sucesivamente hasta el rango antes señalado, dentro de ese grupo. A este grupo de chicas de 18 años, además de llamarlas *chibolitas*, las llaman también *chiquitas*, *nenitas*, *nenas*. Algunos lo asocian a la condición de universitarias (“*encantadoras chibolitas universitarias*”); otros a la condición de debutantes (“*Lolita. Chicas debutantes 18 años*”); algunos a ambas condiciones (“*Michel. Bellas chibolitas debutantes y universitarias*”).

Aquí está presente de alguna forma lo que se llama el complejo de Lolita, que se basa en la atracción que los hombres sienten por las menores. Su nombre se debe a la novela *Lolita*

⁴⁴ Chibolitas es una expresión popular peruana, tanto urbano como rural, que se usa para designar a la mujer que está en pleno desarrollo físico y emocional. Generalmente adolescentes. Menor a los 18 años, pero que en los avisos se les coloca 18 para eludir la censura por pederastía o la acusación de abuso infantil.

escrita por el ruso Vladimir Nabokov, en la que se relata el drama de Humbert, profesor jubilado, que conoce a Dolores Haze, hermosa niña de 12 años por la que siente una atracción sexual y se enamora.

Obras literarias con estas características, lo encontramos en Sade (*Juliette y Justine*) y en Marguerite Duras (*El amante*). Pero es la popularidad de la obra de Nabokov la que le da el nombre al complejo de Lolita.

Chibolitas, ardientes y cariñosas

Este ciclo de la vida, de 18 años, está asociado a un cuerpo núbil, a la virginidad del cuerpo y sus genitales. A la figura bonita, a la frescura y suavidad de la piel, a la consistencia de las formas corporales en maduración, *bonita colita*. Pero no es sólo la materialidad del cuerpo lo que atrae al imaginario sexual masculino, sino el estado de ánimo que acompaña a esa etapa de la vida, sus actitudes, su predisposición abierta y atrevida a gozar del sexo. Su disposición y espíritu abierto al placer, acompañado de la inocencia, la ingenuidad, la maleabilidad propia de esa edad. Por eso es usual el siguiente tipo de avisos relacionados a la emocionalidad: “*Excitantes, provocativas, superamorosas y complacientes. Atiende tus fantasías*”.

Para reforzar la nubilidad (o la supuesta nubilidad) mediante el lenguaje se resalta esos 18 años, con el diminutivo cariñoso de *añitos*, *18 añitos*, y esto no sólo en los avisos dirigidos a los sectores populares sino también a los sectores medios y altos. Este diminutivo agrega un gustito especial a la oferta en el imaginario masculino. La diferencia de estas jóvenes con las “chibolitas” de 18 años es que estas últimas son generalmente “debutantes”.

En nuestra cultura los atributos físicos más deseados tienen relación con un cuerpo joven: piel tersa, semblante fresco, cuerpo lozano, formas corporales atractivas y firmes. También los atributos no físicos, propios de esa edad, como la inocencia, su disposición a lo nuevo, a la innovación, a la aventura, a la fogosidad con que experimentan su sexualidad. No es sólo cuerpo fresco y atractivo, sino un ánimo hipermoderno, vital, líquido y musical.

Visto desde lo simbólico, la preferencia por las jóvenes de edad juvenil, no es sólo por la nubilidad y la lozanía de la piel o las bellas formas corporales; sino también por el vitalismo, por el gusto de vivir de manera paroxística los valores hedonistas. Preferencia por un trato horizontal y fraternal propio de la cultura juvenil. Preferencia por un vitalismo juvenil, algo lúdico y algo anómico a la vez. Deseo de vivir de las efervescencias y las cosas del mundo de manera natural, sensual, es decir con los sentidos.

Chibolitas y debutantes

Estos grupos de muchachas se ofertan de diferentes maneras de acuerdo al público objetivo. Por ejemplo, en el diario *El Comercio* aparecen avisos sexuales con recurso a la edad juvenil de 18 años, 19 hasta 23 años. Pero el contenido de los avisos no es impresionista como sí sucede en los diarios populares dirigidos al pueblo. En *El Comercio*, diario leído más por sectores medios, medios altos y altos, los avisos sobre jovencitas son sobre todo descriptivos, informativos, como puede apreciarse en el texto del conjunto de avisos que ilustran este trabajo.

Para que la edad sea más atractiva se adicionan ciertos valores corporales que gozan de preferencia en esos sectores sociales, como: “*cuerpo de ensueño*”, “*jovencita esbelta*”, “*18 añitos, linda angelical*”, “*Bella (18 añitos) m/perfecta*”, “*Exclusivas A-1*”, “*D’impacto*”. Es decir, enfatizan la belleza, la esbeltez, las medidas perfectas, al lado de la edad juvenil.

En cambio, en los avisos dirigidos a los sectores populares, a la par que se enfatiza la edad del cuerpo y otros atributos corporales, se enfatiza un atributo que está relacionado al cuerpo núbil: la condición de “debutante”. Este término comprende no sólo un cuerpo y sexo de estreno reciente sino un estado de experiencia, de ánimo, una disponibilidad inocente de ella, donde el hombre cree que puede desplegar con facilidad su capacidad viril. En el imaginario masculino, la joven debutante encierra ciertos encantos mágicos. Hace alusión a una supuesta inocencia y virginidad, así como a su reciente aparición en el medio puteril: esto quiere decir que, además de cuerpo nuevo en el oficio, es inexperta, tímida. Consiguientemente frescas, dúctiles, maniobrables al gusto del varón. Podrían algunos

inclusive imaginar que son chicas que no han tenido sexo antes: “Leonela, bella chibolita debutante de 18 a 20”.



Figura 20.- Chibolitas y debutantes. Diarios *El Chino* y *Trome*, 2004.

Una primera deducción: las diferentes consideraciones que en el terreno sexual tienen las jovencitas de 18 a 20 años, en los distintos grupos sociales, refleja de algún modo el tipo de relación que estos sectores tienen con la sexualidad femenina naciente. En los sectores medios y altos (al que están dirigidos esos avisos de *El Comercio*) no es tan importante este atributo de debutante y, por asociación, la temporalidad de su práctica sexual, inclusive, podría decirse, la virginidad, como sí lo es todavía a nivel de las mentalidades en los sectores populares.

En los sectores medio-altos y altos el control sexual de las mujeres y muchachas jóvenes es más relajado. Sea de manera conceptual o cultural, se reconocen en la joven sus derechos sexuales, su derecho a la privacidad, al libre desarrollo de su personalidad y uso de su cuerpo. Lo real es que en el terreno sexual, la virginidad o ser el primero en la vida sexual de una mujer, por lo general, no es ya un problema.

En los varones de los sectores populares, la edad tierna de la mujer todavía está asociada al deseo de ser el primero sexualmente hablando. Fantasía que a la vez revela un fantasma masculino aún presente, por lo menos en la cultura popular urbana, por eso la presencia de esa frase “debutante” en esos avisos. Mediante ese recurso se quiere suturar el fantasma que en lo real mortifica la masculinidad insegura del varón. Ser el primero significa también no ser comparado sexualmente con otro. Complejos de la virilidad.

Si bien las diferentes formas de las prácticas sexuales que conocemos en la ciudad de estos días muestran que estas ideas populares están cambiando, a nivel del inconsciente es un

asunto no superado aún plenamente. *Crónica de una muerte anunciada*, obra de Gabriel García Márquez, gira en torno a este tema. Bayardo San Román es el hombre que devolvió a su esposa por no encontrarla virgen la primera noche de bodas. La familia ofendida busca al culpable de la pérdida de virginidad de Ángela Vicario, y así limpiar la vergüenza pública. Santiago Nasar es el sindicado. Esto llevó a una tragedia mayor.

Estas razones parecen que todavía perviven en los hombres de los sectores populares, como atavismo, a nivel de lo más íntimo.

Pero hay otras formas en que se manifiesta este complejo de la virilidad. Lo opuesto a la debutante es la mujer madura, la sexualmente experimentada, la más audaz, la que conoce los recursos sexuales, la que se entrega gozosa al placer sexual, al mismo tiempo que es más exigente. En ella se activa el miedo a una vagina poderosa, demandante, de difícil control sexual. La debutante, imaginariamente representada, es aquella fácil de hacer gozar, de inocente versatilidad, pero que también responde a las demostraciones de virilidad masculina. Por eso los avisos que dicen “*Gozadora neta de 18-23 años. Exquisita*”.

Estamos frente a una masculinidad casi siempre mellada, que dentro de su supuesta seguridad y control teme a una dama encabritada y gozadora, que rete su supuesto poder y potencia fálica.

Hay otras características que acompañan estas fantasías sexuales populares con relación a las *chibolitas*, además de ser debutantes. Está referida al cuerpo, a la calidad del cuerpo. El cuerpo de estas chicas es presentado como generoso en carne: “*de busto grande, bonita colita*”, “*pompis durito*”, acompañado de atributos como “*apasionada y complaciente*”. Estamos frente a jóvenes, núbiles, de cuerpos exuberantes, que prometen placer pasional hasta el agotamiento.

En los avisos de *El Comercio*, la frase mayor está relacionada a la satisfacción del deseo más que a los ensueños: “*inolvidable muñequita*”, “*deseable muñequita*”, son algunos de sus tenores; a lo más “*Deseable jovencita (19) blanquita*”. Los que aparecen en los diarios chicha como *potoncita*, *tetonita*, *quebradita*, aquí aparecen como “*Brenda (19) sexy muñequita d/impactante figura c/modelo*”. Muestrario de las distintas sensibilidades y

gustos en las clases sociales, en relación al cuerpo sexual femenino, pero también en lo referente a la manera de disfrutar del placer sexual.

Estudiantes y universitarias

A continuación se presenta el sexo fundado en la imagen de estudiante.



Figura 21.- Diarios *Trome* y *El Comercio*, mayo 2003.

“Brenda. Lindas y sensuales jovencitas universitarias, ardientes, provocativas, insaciables, supersexys. Atiende las 24 horas (...).”

“Kassandra Clase A-1. Lindas y coquetas jovencitas estudiantes de 18 a 25 años de figura supersensual. Atiende todas tus fantasías con lencerías, las 24 horas. (...).”

Estudiantes y universitarias forman parte de las constelaciones de estereotipos de comportamientos y actitudes sexuales frescas y dispuestas.

En las estudiantes y universitarias, las imágenes se concentran también en su corporeidad y sexualidad. Con relación al cuerpo, se hace referencia a un cuerpo lozano, de piel tersa, de genitales frescos y senos en desarrollo; al olor de sus prendas íntimas y encajes de

procedencia casera; a su uso natural, sin artificios para la seducción, como sucede en el caso de las señoritas o las señoras jóvenes que juegan a ser seductoras. Nos remite a la belleza naciente o en formación. “Hermosa estudiante”, es el recurso seductor.

Con relación a la sexualidad, la estudiante, sobre todo la universitaria, en el imaginario sexual citadino, es aquella muchacha que recién descubre su sexualidad en medio de un nuevo espacio de libertad, simbolizada en la figura de la universidad. Esa libertad significa dejar atrás las restricciones que imponen las instituciones establecidas para regular las actividades sexuales, sea laica o religiosa. La universitaria es la muchacha que ha aprendido a ser desinhibida en todos los terrenos, sobre todo en el sexual.

La nueva libertad, en términos simbólicos, supone acceder a las ventajas del mundo moderno, donde la regulación de las actividades, no sólo sexuales, está basada en la propia conciencia, en la libertad individual, en el sentido temporal de la legitimidad. Donde se racionaliza, se problematiza, el sentido de los preceptos y las normas sociales vigentes, en términos de emancipación, buscando cambiar las reglas de juego de la vida social y sexual. De modo que la figura de la universitaria simboliza el cuerpo femenino en libertad, con oportunidades de descubrir el placer sexual de una manera espléndida, apabullante. Veamos un ejemplo extremo, pero a la vez ilustrativo, que circula en Internet.

Hay una página web de Keyra Agustina⁴⁵, visitada por más de un millón y medio de personas. Keyra es una bella joven argentina, muy sensual, que tiene el tipo de cuerpo que gusta a los latinos. En esta parte quiero referirme sólo al uso que ella hace de la figura de la estudiante en su propósito de despertar el erotismo masculino. En el video, al comienzo, ella aparece en el primer plano, vestida con el uniforme de estudiante: blusa blanca, amarrada tipo top, que muestra todo su terso vientre juvenil, una minifalda escocesa que no llega a cubrir sus glúteos y un par de cachitos que amarra sus cabellos negros a cada costado, corbata azul y medias blancas larga de encaje que llega hasta sus muslos. Porta un fólder de estudio que dice *Supertanga.com*. Es ahí cuando deja el fólder y se saca la corbata azul. Sale de escena y luego de unos segundos vuelve, acompañado de una música suave. Pero su actitud es otra. Como si al sacarse la corbata dejara la formalidad para comenzar la

⁴⁵ Ver, <http://www.youtube.com/watch?v=4xpJvcWMEkY>

liberación sexual de la estudiante. Inicia, mostrando de frente su vientre plano; se agacha, acerca sus sensuales labios rojos a la cámara, relamiendo con su lengua el labio superior de un extremo a otro, de manera lenta y provocativa. Luego, al compás del ritmo cadencioso acaricia su cuerpo con las dos manos. Está de frente y al mismo tiempo que contournea su cuerpo introduce por la cintura de su falda una mano hacia su vagina, luego parece hacer lo mismo con la otra mano pero no lo hace. Se frota el bajo vientre con ambas manos. Se voltea, siempre a un ritmo cadencioso, y mostrando su generoso trasero a la cámara, juguetonamente levanta con sus dos manos su minifalda de escolar y se coge las nalgas con ellas. Las acaricia, siempre en movimiento lascivo. Separa sus glúteos y muestra una trusa blanca tipo hilo dental muy fino. Deja que la pequeña falda le cubra nuevamente el trasero. Nuevamente muestra los glúteos, camina un poco adelante y luego se vuelve. Así siempre moviendo de manera sensual su cuerpo, comienza a desabotonar parte de su blusa, para mostrar su brasier blanco. Se pasa las manos por ambos senos. Vuelve a mostrar sus nalgas. Se vuelve, se frota la vagina por encima de la trusa. Así prosigue su juego sensual. Comienza a desabotonar su minifalda de escolar. Juega unos segundos con movimiento de su cuerpo. Se voltea, camina hacia delante y deja caer la faldita para mostrar en toda su plenitud un espléndido cuerpo y trasero juvenil/estudiantil. Se contournea, abre las piernas, se pasa las dos manos por encima de la trusa blanca que cubre su vagina. Luego sólo con una mano. Gira, se sostiene en una puerta. Muestra de perfil su cuerpo, se frota por varios segundos con una mano el trasero, y su muslo, para comenzar el ritual de quitarse las medias blancas, una por una, simula hacer lo mismo con la trusa de encaje, pero no lo hace. Sigue su juego sensual, todo ello focalizado en el trasero. Nuevamente muestra el culo, pero esta vez de manera más provocativa, durante varios segundos. Simula sacarse la trusa pero no lo hace. Finalmente termina por desabotonarse, mostrando sus pequeños senos cubiertos con el brasier. Se saca la trusa. Muestra su espléndido trasero un poco agachada, y sale de la escena.

El juego sensual de Keyra, durante 4.53 minutos, muestra a la estudiante gozosa, que descubre el valor de su cuerpo y su sexo naciente, en los términos de libertad, trascendiéndolo, señalando la vigencia de un nuevo arreglo social, donde el placer, el goce sexual, la displicencia y el hedonismo constituyen los valores centrales de la sociedad que adviene.

4.3.3.2 Anfitrionas, modelos y kinesiólogas



Figura El Comercio 2004

Nuevamente las diferencias culturales entre los sectores sociales ilustrados y populares aparecen con claridad al compararse los estereotipos sobre los comportamientos sexuales. Si para los sectores populares los estereotipos que encierran un tipo de comportamiento sexual están en las chibolitas y las universitarias o estudiantes, en los sectores sociales altos, están en las modelos, anfitrionas y kinesiólogas. Aunque entre estas dos últimas hay diferencias.

Si en las chibolitas y las universitarias sus atractivos están en lo que hemos llamado la sexocialidad, es decir, en la calidad del trato y las proezas amoratorias, así como en la voluptuosidad de sus cuerpos, en las modelos y anfitrionas sus atractivos están sobre todo en la corporalidad, es decir en sus virtudes corporales. El atractivo de las modelos VIP y las anfitrionas está en que son mujeres bellas, que cumplen con exigencias de talla, edad, esbeltez y elegancia.

Por ejemplo, las modelos deben tener una talla mínima de 1.60 y las anfitrionas de 1.70. La edad mínima en ambos es de 16 años. Las anfitrionas A1 son las más bellas y de una anatomía más atractiva, según el canon de belleza dominante.

Cuando en los avisos de servicios sexuales recurren al atractivo de estas bellezas, como artificio para atraer clientes, se explota la preferencia por lo exclusivo que existe en los sectores sociales altos. En este caso la idea que se explota es que las modelos y las anfitrionas son las mejores mujeres de la ciudad. Como dice la propaganda: *exclusivas VIP*.

Las masajistas y las kinesiólogas, en nuestra cultura, están directamente asociadas al sexo de paga. Son las profesionales del relax que en el imaginario nuestro han pasado a ser las

profesionales del sexo.⁴⁶ A diferencia de las modelos y las anfitrionas, ellas son una especie de puente entre los gustos sexuales populares y exclusivos. Los servicios sexuales que brindan están acompañados de lo que hemos llamado corporeidad y sexocialidad, a diferencia de las modelos y anfitrionas donde se resalta sólo el cuerpo y su belleza.

La construcción social de esta figura viene desde los años ochenta cuando los primeros avisos de servicios sexuales usaban la cobertura de masajistas y kinesiólogas. El de kinesiólogas se ha extendido tanto que dentro del argot de los libertinos el término “kines” sirve para designar a las trabajadoras del sexo.

4.3. 4 El uso de implementos para el placer sexual

Para terminar esta sección vamos a referirnos a los elementos que sirven como complemento a la actuación escénica de las prostitutas en los avisos de servicios sexuales. Goffman llama a estos elementos fachada. “La fachada [...] es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencionalmente o inconscientemente por el individuo durante su actuación” (Goffman, 1993: 34).

Las partes normales de las fachadas están constituidas por el lugar, que incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos que sirven como trasfondo escénico. En los avisos no hay mucha referencia a este aspecto, salvo señalar como espacios de actuación los departamentos o cuartos de hotel, si el servicio es delivery, para hombres de los sectores sociales altos y medios. Aquí queremos referirnos a la fachada personal, relacionada íntimamente con el actor. Como parte de la facha personal están aquellos considerados fijos: sexo, edad, la característica racial, talla, la figura, el porte. Los considerados móviles son: modo de vestir, modo de hablar, los gestos, la apariencia, todo aquello que sirva para una actuación llamativa y grata. Y esto es importante para conocer el avance del erotismo, los juegos y fantasías sexuales en nuestro medio.

Las trabajadoras del sexo presentan diferentes fachadas con el propósito de seducir. Durante el transcurso de esta investigación hemos presentado las fachadas personales que las caracterizan, sean reales o imaginadas. Aquí queremos referirnos sólo al uso de lencerías. De las diversas fachadas móviles, éstas son las más frecuentes. Con la lencería lo

⁴⁶ En Internet puede verse muchos portales sobre el servicio que brindan estas damas, llamadas comúnmente

que se quiere es resaltar la imagen de experiencias en los juegos amorosos. Su uso forma parte de las fantasías eróticas. Da una imagen más sexy y sensual de ellas.

Junto a las lencerías, hay otros accesorios que cumplen similar función en los juegos eróticos de las parejas, como vibradores, consoladores, aunque es poco frecuente su mención en los avisos.

4.4 IMÁGENES FOTOGRÁFICAS Y AVISOS DE SERVICIOS SEXUALES

Los avisos de servicios sexuales tienen dos componentes, uno textual y otro fotográfico. En páginas anteriores hemos interpretado y analizado el contenido de los textos, encontrando significados socioantropológicos interesantes para comprendernos y comprender nuestras actuales coordenadas socioculturales y sexuales. En esta parte del trabajo centramos nuestra atención en las imágenes fotográficas del cuerpo femenino que acompañan, sobre todo, a los avisos orientados al sector social medio y popular.

La fotografía puede ser utilizada en el mundo académico como registro documental, como dato auxiliar de una investigación o como herramienta objetiva que da consistencia al conocimiento científico, pero también como representación, como forma de ver la realidad, de cómo ésta es construida e interpretada, qué nociones se encuentran detrás de esa construcción. La cámara no capta la imagen neutralmente, sino que la persona que toma la fotografía se incorpora a ella, fabricándola, dándole un sentido. De modo que el discurso visual construido es un relato del objeto pero también del sujeto, de su subjetividad, de las formas de ver la realidad. Así el estudio de la fotografía no comprendería sólo lo visual sino del marco de relaciones culturales codificadas en la imagen.

Los rituales que acompañan una sesión fotográfica de una modelo o de un producto cualquiera es un buen ejemplo de cómo se construyen las representaciones, las imágenes, el sentido de las imágenes. En esas sesiones el director va indicando, orientando las posiciones, las posturas, los gestos, con el objeto de conseguir imágenes o representaciones que reflejen las preferencias estéticas o eróticas que gozan del consenso social. Es decir, que las imágenes fotográficas o los del cine documental no sólo se toman, sino que se hacen.

En el caso de las imágenes fotográficas que acompañan a los avisos de servicios sexuales, sucede algo similar, aunque el proceso es más ilustrativo. Las imágenes fotográficas femeninas que aparecen publicadas, en un momento y otro, son seleccionadas pensando en el gusto y la preferencia de la mayoría de los consumidores masculinos, en su grado de aceptación social o no, del momento específico que se vive, con un dosis de iniciativa del autor. Es una tarea racional e individual la que orienta la construcción del cuerpo femenino seductor, pero con insumos sociales, culturales, estructurales de consenso.

Las imágenes fotográficas que ilustran los avisos de servicios sexuales revelan el mundo simbólico del sujeto y las visiones culturales específicos sobre el cuerpo femenino y las preferencias sexuales de ahora. Ahí están graficados los modos de ver mujeres para el placer, aquello que deben poseer para resultar deseadas y objetos de deseo: cuerpo exuberante, trasero y senos generosos; la parte del cuerpo que deben exhibir para ser más deseadas. Las imágenes fotográficas grafican el consenso existente en el gusto social más allá de las preferencias individuales.

Esta mirada epistemológica de las imágenes fotográficas ayuda a superar las dos terribles dificultades que rodean este tipo de tema en lo empírico-cotidiano. La primera relacionada a la tendencia a quedarse en lo que nos brindan nuestros sentidos, y la segunda, a interpretar desde una ideología hecha de sentido común en la sociedad. La primera reduce todo el análisis a lo dado, a lo fáctico, sin buscar trascenderlo. Se contenta con señalar, por decir, que esas imágenes fotográficas reflejan el prototipo de belleza y cuerpo femenino que seduce el erotismo masculino, y contienen las fantasías sexuales masculinas de los hombres de hoy en la ciudad. Lo cual es verdad pero incompleta.

La segunda centra su lectura desde una preocupación moral, dice: es obscena y engañosa. De esto tuvimos una mayor comprobación al pedir a un grupo de estudiantes universitarios su opinión sobre el sentido de esas imágenes fotográficas de bellas mujeres en actitud sensual publicadas en los diarios. En el conjunto de material visual mostrado como materia de análisis aparece una tal Anny, chilena, de cuerpo semidesnudo, que de espaldas muestra en primer plano toda la redondez de su trasero, de manera turbante, apabullante. Frente a ello, dicen las mujeres estudiantes sentir indignación sobre la manera cómo se ve el sexo

ahora; cómo la mujer se denigra hasta llegar a ese límite; cómo es posible que los caballeros paguen por un momento de placer. *“Es indignante para la sociedad que existan diarios de este tipo que se prestan para tal fin (la prostitución)”* (NND, 20 años, universitaria). Otros señalan que preocupa que este tipo de material se publique, pues puede ser visto por niños. Colateral a este tipo de preocupación están aquellas opiniones que se limitan sólo a dar énfasis que esas imágenes de mujeres bellas que se publican son falsas, que no corresponden a las reales.

Estas precisiones no significan que esas opiniones sean equivocadas, simplemente se señalan sus límites para encontrar el significado real de los datos. El piso epistemológico sobre el significado de la fotografía en el conocimiento de una realidad nos permitirá iniciar un proceso interpretativo de mayor densidad.

El procedimiento que seguimos en el análisis de este material fotográfico es el mismo aplicado en la mayor parte de este trabajo. En un primer momento se realiza una descripción de las imágenes fotográficas y a partir de esto se efectúa el proceso de interpretación buscando su sentido. “El sentido es siempre el sinsentido que uno deja” en el decir de Odo Marquard. Es decir, comprensión progresiva, siempre inacabada, tentativa, conjetural.

4.4.1 Imágenes fotográficas femeninas y centralidad subterránea

El ingreso del erotismo visual a nivel de masas es reciente. Antes era de uso exclusivo para el sector social más privilegiado. Su popularización en nuestra sociedad es a través de las fotografías de desnudos femeninos, en circuitos subterráneos, uno de cuyos terminales ha sido su venta ambulancia en las veredas de las calles del centro de la ciudad en la década del setenta.

A la fotografía, por su formato, le es más fácil actuar a la sombra que, por ejemplo, las películas de cine, más expuestas al público, y consiguientemente al control social. Las fotografías eróticas, que circulaban por esos circuitos clandestinos, por eso mismo dosificadas en su atractivo, realizaban su tarea silenciosa de deconstrucción de mandatos y mecanismos de control moral del cuerpo y la sexualidad.

En las décadas de los sesenta y setenta *Playboy* fue la revista en la cual circulaban las imágenes fotográficas eróticas de las divas más sensuales de la época, dirigida a un público masculino selecto y pudiente. Por el contrario, la calle será el medio a través del cual circularán esas fotografías, conjuntamente con imágenes de mujeres desnudas físicamente menos esplendorosas, pero no por ello menos sensuales y eróticas para el gusto del público popular *vaganti*. En la ciudad de Lima, la calle La Colmena será una de ellas. En este siglo, con el desarrollo del cine, la televisión y los medios informáticos, la fotografía ha pasado a ser un medio de comunicación y de representación de segundo orden, a nivel masivo; no obstante continúa siendo un medio que brinda el encanto de las imágenes, captando la vida y presentándonos una visión del mundo.

Hasta el año 2003, los avisos de servicios sexuales no estaban acompañados de imágenes fotográficas de manera profusa. Actualmente, la mayoría de los avisos sexuales que aparecen en los diarios dirigidos a los sectores populares, están acompañados de viñetas e imágenes fotográficas de mujeres jóvenes, bellas, blancas y sensuales. (Ver Anexo 5). Su aparición revela las características del erotismo de los hombres de este sector social. Un erotismo expresivo que goza más con la imagen visual y prefiere cuerpos femeninos exuberantes, como hemos comprobado en otras partes de esta investigación.

En cambio en los diarios como *El Comercio*, dirigido a sectores sociales más ilustrados, más próximo a los gustos y prácticas occidentales, estas viñetas y tipos de fotografías no acompañan los anuncios de ofertas sexuales, salvo en algunos momentos poco usuales, como en los años 2000-2002. Hoy, aparecen sólo textos, textos discretos y sobrios señalando las características de los servicios sexuales y los atributos anatómicos de las damas de compañía. Aunque es posible encontrar huellas de un lenguaje impresionista, aunque levemente, similar al del sector popular.⁴⁷ Este es un efecto de la mayor circularidad de las distintas culturas en las grandes ciudades y sus correspondientes influencias mutuas, en los tiempos actuales.

⁴⁷ Los materiales que analizamos comprenden un periodo largo. La tesis que presento ha sido redactado en periodos entrecortados. Cuando aquí digo ahora, me refiero a la época del 2004-2007, donde los avisos contenían datos más fidedignos en cuanto a sus características. En el año 2007 se modifica, sobre todo en la prensa seria, con la amenaza de prohibir la publicación de este tipo de avisos en sus páginas.

La decisión para que estos anuncios de *El Comercio* tengan las características que tienen, puede ser de orden moral, como también de una sensibilidad menos apasionada y más prudente. Me inclino a pensar que es más por el acrecentamiento del proceso civilizatorio en ese sector social, que ha desarrollado un gusto estético particular. Así como en arquitectura el estilo minimalista expresa sintéticamente sus gustos, más que aquellos recargados y llamativos, lo mismo acontece con el contenido y los elementos de estos avisos. Los avisos de servicios sexuales publicados por *El Comercio* son medidos, minimalistas. En cambio los publicados por los diarios populares son abultados, engrandecidos, sobrecargados de imágenes, términos y promesas. De ahí lo sugestivo de sus textos como también de las imágenes fotográficas que las acompañan.

La muestra

La información recopilada para esta investigación data de 1980 hacia delante. Durante periodos largos hemos visualizado una infinidad de avisos de servicios sexuales, provenientes sobre todo de los diarios, y en ocasiones aquellos que se reparten en las calles del centro de la ciudad. Todos ellos han servido para familiarizarnos con sus características, para observar sus variaciones y sus modificaciones en ese lapso.

Como hemos señalado ya anteriormente, en el país, los anuncios de servicios sexuales comienzan a publicarse a fines de la década de 1980 en un diario bastante formal y de tradición como *El Comercio*. Los primeros textos de estos anuncios de ofertas sexuales aparecen en la sección *profesionales y empleo ofrecidos*, de los avisos económicos, donde se identifican como: masajista o kinesióloga que ofrecen atención profesional a turistas y ejecutivos; también como señoritas que atienden exclusivamente a turistas, con horario de atención, dirección y teléfono. Aún no se utilizan nombres femeninos. El anuncio de ese entonces sólo contiene textos; sin imágenes o viñetas. Posteriormente por el 2000, el contenido de los textos se hace más explícito en su propósito y comienza a acompañarse con algunas imágenes de cuerpos femeninos sensuales. “*Andreíta. Bellísima modelito durita formadita (18 añitos) Blanquita incomparable. B/Bustos. C.8907-4251. S. Borja.*”

El cambio se da también en la cantidad de anuncios que se publican por día. Si en sus inicios esos avisos subrepticios de servicios sexuales no pasaban de dos decenas, hoy llegan a publicarse más de 200 avisos en un día de fin de semana en este mismo diario. Llegándose a crear una sección especial para ello: Relax.

El vuelco radical en este tipo de avisos de servicios sexuales, se inicia cuando estos pasan a publicarse en los diarios de corte popular, utilizando un lenguaje y presentación de textos de manera abiertamente desinhibida y arrechante⁴⁸; y cuando se introducen imágenes fotográficas de mujeres sensuales en los textos.

Las formas de presentación de las imágenes de los cuerpos femeninos en los avisos tienen un itinerario. Evolucionan desde presentar sólo los rostros, hasta mostrar todo el cuerpo desnudo en posturas que muestran las posaderas casi de manera pornográfica. Cuando recién aparecen estas fotografías en los avisos, muestran del cuerpo sólo el rostro. Posteriormente, el cuerpo de la cintura para arriba, en poses de modelo. Conforme avanza el tiempo, aparecen imágenes fotográficas que muestran cuerpos femeninos enteros, casi desnudos, en diversas posturas, cada vez más sugestivas (Ver anexo 6, comparando las imágenes fotográficas con las del Anexo 5). Estas últimas no son nuevas en nuestro medio, ya las vedettes más atrevidas la habían inaugurado en las carátulas de los diarios populares. Pero sí nuevas en los anuncios de servicios sexuales en diarios, dado que en un primer momento, se trataba de mostrar recato para evitar la censura o el cierre del negocio, por las características del oficio. Como la respuesta social ha sido favorable y no de censura, han aumentado estos tipos de imágenes fotográficas en los anuncios. Incluso, ahora se agrega en el texto del anuncio la página web donde la trabajadora sexual muestra su cuerpo completamente desnudo.

Seguir la evolución de los cambios en la mostración del cuerpo femenino es de interés sociológico, pues es un registro que puede utilizarse como signo interpretativo de la evolución de la sensibilidad erótica en la ciudad.

Para no perdernos en la intemporalidad, hemos decidido poner una fecha al trabajo. Las imágenes fotográficas recogidas son desde el 2000 hasta el mes de setiembre de 2008. Pero

⁴⁸ Según Diccionario de la lengua española, 2005, Espasa-Calpe S.A., Madrid: arrecho, cha

1. Adj. [amer. vulg.](#) Excitado sexualmente, lascivo o lujurioso.

la decisión de fechar esta investigación tiene otro componente: el fenómeno en observación ha madurado, ha dado muestras de lo que es, y señales de cómo podría ser su evolución.

Para dar una idea sobre la evolución de la presencia de las fotografías en estos anuncios de ofertas sexuales, utilizamos, como muestra al azar, una tanda de 77 anuncios de ofertas sexuales publicados en un diario popular de circulación nacional, en el primer mes del año 2005. De este total, 38, es decir 50%, están acompañados con imágenes fotográficas de mujeres en actitud contraria al ideal ascético y puritano. La otra mitad es sólo texto, no tiene acompañamiento fotográfico. Las imágenes fotográficas pueden clasificarse en aquellas que muestran sólo el rostro, otros que muestran el rostro y el busto; otros el cuerpo entero de la rodilla para arriba, en distintas posturas: de frente, de costado, de espaldas. De las 38 imágenes fotográficas que acompañan el anuncio, 12 muestran sólo el rostro, 11 el busto para arriba y 15 el cuerpo entero. Esta proporción ha cambiado. Tomando como muestra el mismo diario, vemos que hoy casi todos los avisos sexuales están acompañados de imágenes fotográficas femeninas (Ver Anexo 7). A partir de esta cuantificación y clasificación, hemos analizado los gestos y actitudes corporales sexuales, para encontrar sus significados y algunas discordancias entre lo que dice el anuncio y el sentido de las imágenes que proyectan las mujeres que posan en las fotografías. En las secciones siguientes analizaremos la evolución en la exhibición de los cuerpos femeninos en estas imágenes fotográficas, que no es sino el itinerario progresivo de la liberación de la sexualidad y el erotismo en la ciudad.

4.4.2 De los gestos y posturas corporales

4.4.2.1 El rostro



Figura 18.- Diario *Trome*, 2002. Rostro sensual y rostro angelical.

Estas imágenes fotográficas femeninas generalmente aparecen publicadas por los diarios populares. Son rostros de modelo. Como fácilmente se aprecia todas tienen el mismo patrón de belleza: tez blanca, cabellos rubios o castaños, lisos, largos y sueltos, edad juvenil. Sus semblantes muestran vitalidad y elegancia. Son figuras agradables para los ojos masculinos. Son jóvenes, pero no tan tiernas ni tan maduras, justo en la etapa más esplendorosa de la vida. Esto es lo común. Los detalles que diferencian un semblante de otro están en los gestos. Los tipos de gestos en los rostros pueden clasificarse en: sensuales y angelicales.

El rostro sensual se caracteriza por estar más allá del gesto de modelo o *star*, como en la primera fotografía de la izquierda en la Figura 18. Posee ciertas características, como: posicionar el rostro de costado con una mirada penetrante, que es a la vez de reto e invitación insinuante, afirmada aun más por el rostro serio. Labios entreabiertos, provocativos, haciendo una oquedad, que muestran el rojo carmesí del interior del labio, que asemeja a la vulva interna del sexo femenino. Pelo suelto, un poco más abajo de los hombros, cayéndosele algunos mechones o hebras sobre el rostro ya en sí mismo sensual. La imagen femenina, sólo mediante los elementos del rostro, trata de crear un semblante sensual, voluptuoso.

El rostro angelical es, por el contrario, un rostro dulce, grato y sonriente, que puede estar de frente o de costado, según el grado de coquetería que pretende crear. El pelo también suelto y cayendo sobre el hombro, de manera normal. En sí misma no son fotos que eroticen. No obstante, trataremos de esbozar algunas interpretaciones. En la fotografía el rostro sonriente expresar un estado de ánimo, una situación grata, despreocupada. La sonrisa es la reacción polivalente de la emoción. Puede significar muchas cosas: orgullo, admiración, contento. En este caso expresa contento y vitalidad. Ambos tipos de rostros, que se muestran en las fotografías, no obedecen al arquetipo de prostituta, segura y agresiva, de antes. Por el contrario son rostros de tranquilidad, juveniles, de modelos y, más aún, no guardan correspondencia con el discurso del texto, que es mucho más erótica, sensual, como “Karen (...) Hacemos servicios especiales...” u otros como: “Thalia. Chicas A1 superardientes, te brindan el mejor servicio y fantasías. Atendemos las 24 horas” o el siguiente: “Cielo. Chicas A-1 de impactante figura te brinda el mejor servicio y fantasías. Atendemos a domicilio, hoteles las 24 horas...”. Difícil pensar que esos rostros aporcelanados, perfectos y casi celestiales, puedan realizar fantasías carnales extremas, como prometen los avisos.

Está claro, entonces, que se trata de crear una situación fantástica, en que lo sublime se mezcla con la actividad humana más mundana y libidinosa, proveniente del mundo de la sexualidad periférica, en beneficio de esta última.

En las primeras partes de esta tesis, hemos señalado que el propósito de los que manejan esta modalidad de meretricio es crear una relación artificial de cercanía grata con el cliente “invisibilizando” la relación mercantil del cuerpo. El cambio de los títulos en los avisos, de genéricos a nombres propios y familiares; las promesas de trato cariñoso y de amante por parte de las trabajadoras del sexo, son unos de los tantos mecanismos que emplean. En el fondo se está construyendo una nueva representación de las prostitutas o trabajadoras del sexo, distinta de hace tres décadas atrás; más próxima, de encuentros sexuales menos angustiosos, de modo que puedan ir hacia ella no sólo los bohemios y libertinos sino también personas que aún tienen un sentimiento de culpa cuando practican sexo con ellas.

Pero en estas fotografías hay algo más, que es necesario desentrañar.

Volvemos a pensar, nuevamente, en la intención que acompaña el colocar ese tipo de fotografías de rostros y cuerpos bellos, refinados, preciosos y gratos a los sentidos. La mirada estética puede brindarnos un camino hacia una posible respuesta.

Todas las muchachas que aparecen en las fotografías no llevan el pelo recogido o corto, sino suelto. En las sociedades tradicionales, el pelo recogido simbolizaba el recato, y el pelo suelto la disponibilidad sexual. Por ello las monjas y las mujeres uniformadas militarmente, como acatando un mando del inconsciente colectivo, todavía mantienen el cabello oculto y recogido. Es una de las maneras de evitar las malas tentaciones y a la vez acentuar su papel de guardianes de la moral y el orden. Es elocuente que las dos instituciones que representan los pilares básicos de nuestra sociedad, mantengan arraigados esos mandatos provenientes de las tradiciones controlistas de los cuerpos, como obedeciendo mandatos atávicos. De ahí se puede explicar la visión aterradora que tienen de la otredad y sientan mortificador el goce de aquellos de pelos sueltos y comportamientos licenciosos.

El significado del rostro

El rostro y la cabeza, en el cuerpo, tienen una colocación peninsular, y las imágenes fotográficas donde sólo está el rostro, refuerza esta particularidad, haciéndolo centro de atención de todas las miradas.

Si bien en la forma del rostro se expresa el alma de manera más clara, en realidad el que habla no es el rostro sino el semblante. El semblante es la representación de algún afecto de ánimo en el rostro. Es una apariencia, una expresión de un estado de ánimo. En las fotografías, son imágenes aparentemente detenidas, pero que están configuradas estéticamente para provocar una reacción emocional. En ella, la mirada es el canal por donde corre todo lo que hay de sensual en la mujer. Los ojos expresan un sinfín de estados de ánimos, sentimientos, sugerencias silenciosas.

Los dos tipos de rostros más usuales que presentan las imágenes fotográficas no son rostros frívolos de mujeres aviesas y devoradoras sexualmente hablando, como en los años 50-60, ni rostros virginales, inocentes, sino rostros bellos, casi angelicales, con una dosis de sensualidad, que cumplen una función grata. La presencia de ambos tipos de rostros en un mismo tiempo grafica la ambivalencia que caracteriza el espíritu sexual de los hombres y mujeres de hoy. Ni mujeres fatales, ni inocentes. De otra parte, ni hombres machos, trogloditas, ni cándidos. Esta idea se refuerza con el tipo de discurso que acompaña a los avisos que son invitaciones eróticas, que contrastan con las figuras que son de rostro bellos y casi nunca de cuerpos completamente desnudos, pornográficos (si bien las imágenes fotográficas van evolucionando en ese sentido, hasta el año 2005, aún no se presentaban imágenes de este tipo).

En el imaginario popular de las décadas de 1950 y 1960, las prostitutas, salidas de las mitologías subterráneas, están asociadas a la noche, a la voluptuosidad, que se expresa en las ropas ceñidas, de colores llamativos; zapatos de taco alto; senos voluptuosos y un rostro con ojos de párpados semicerrados que esboza la figura de mujer devoradora; labios pintados de un rojo carmesí llamativo. Una especie de mujer *vamp*. Mujer sexi-fatal, devoradora y experta en sexo. Lo que se procuraba con esos afeites era crear una “mala” imagen de ellas, resaltar su estatus de mujer singular y la singularidad del placer que brindaba su cuerpo y su

arte. Se trataba de marcar la diferencia respecto de las mujeres comunes y corrientes, en términos de calidad y variedad de sexo. En la actualidad, los cambios en este terreno son grandes. La imagen de la prostituta de antaño ha cambiado. Hoy se trata de crear una “buena” imagen de ellas. El uso de rostros de modelos en estos avisos refuerza esa tendencia. Le Goff, en muchos de sus escritos, señala el papel simbólico de la belleza en la cultura occidental. En lo bello está lo puro, lo santo, la verdad. Hoy se trata de aproximarla al sexo de pareja, ciertamente sin perder la calidad de ser lo que son, que se manifiesta en los textos de los avisos. Pero paradójicamente el tipo de sexo que practican las parejas jóvenes de hoy, no hace perentorio su concurrencia para ese tipo de práctica a un prostíbulo. Hoy la pareja común se puede brindar ese gusto, antes vedado por la moral puritana dominante.

Vemos cómo la sensibilidad se está modificando con relación a la sexualidad. Cómo la barrera entre un tipo de sexualidad y otra se va diluyendo, cuando antes de lo que se trataba era remarcar la diferencia.

Hoy, la línea que separa el sexo arrebatador, directo, venal, corporal, tan diferente de la sexualidad-ternura, de amor, se hace más difusa. La sexualidad de la calle se disfraza de sexualidad de morada. Y a la inversa, la sexualidad de morada va adquiriendo la sexualidad de calle. Las condiciones culturales están dadas para ello. La propaganda de un jabón de tocador que transmite la televisión local, de algún modo grafica esta evolución. Se trata de una pareja de jóvenes casados de clase media. Ambos son altos, blancos. Juegan a crear una aventura sexual entre ellos. Ella está duchándose. Termina. Sale del baño cubriéndose el cuerpo, de los senos para abajo, con una toalla blanca. Su pareja varón funge de camarero del lugar de hospedaje. Simulando hacer el arreglo, entra a la habitación de ella. En una mano lleva toallas blancas de muda. Fisgoneando en los ambientes de la habitación la descubre saliendo del baño después de ducharse. Ella se ve sorprendida. Se encuentran las miradas, se aproximan. Ella deja caer la toalla que cubre su cuerpo desnudo. Y lo que continúa después, en esas circunstancias, en una habitación donde están solos, un hombre y una mujer desnuda, recién bañada e insinuante, es de suponer.

El mensaje oculto de esta propaganda es que la otra sexualidad distinta a la sexualidad del imaginario oficial, con todos sus aditamentos que la acompañan, ha adquirido fuerza y

hasta legitimidad en nuestra sociedad, de modo que lo que se hace afuera lo puedes vivir en casa, con tu pareja. Es asunto de ponerse de acuerdo. Improbable que este tipo de insinuación se hubiera transmitido por la televisión o pensándose hacerlo de ese modo, tan sólo hace dos décadas atrás. Las sensibilidades de ese entonces lo habrían rechazado, por atentar contra las buenas costumbres y la moral.

Además la presencia de las toallas blancas reafirma esta imagen de inocencia, de pureza, en este juego sexual de calle en la intimidad de la pareja formal.

En sentido inverso, las propagandas de servicios sexuales al presentar este tipo de imágenes fotográficas, desprostituye a las prostitutas, modificando la representación que se tiene de ellas, mediante un cambio en su presentación habitual: ofreciendo brindar sexo de calle con sabor a domicilio. Uno y otro al mismo tiempo. El sexo de casa que juega a ser de aventura; el sexo de aventura y paga, que juega a ser sexo de casa. Ambos son expresiones de esa corriente en la que las diferencias marcadas entre uno y otro están volviéndose cada vez más frágiles. Este hecho quizá sea lo más trascendente en las prácticas sexuales venideras.

Si bien las imágenes que se tienen de las prostitutas en general ya no son las mismas, el nivel de los cambios dependen de su procedencia social, de su presentación, de su belleza, de su lugar de trabajo, de su público objetivo. Por ejemplo, aquellas que trabajan en corralones ubicados en distritos pobres o en zonas industriales abandonadas de la ciudad, tienen peculiaridades en su presentación y actuación. Otra es la imagen que presentan las prostitutas de la calle. Otra, de las que brindan sus servicios en la modalidad de los anuncios. Y otra, de aquellas que no necesitan aparecer en los anuncios, pero que circulan en ambientes exclusivos de empresarios y políticos que pertenecen a los grupos de poder; que inclusive no tienen límites nacionales. Pueden ser llevadas en el momento de un país a otro país para inmediatamente después del servicio ser retornadas.

Cuando señalamos los cambios, no nos referimos a estas últimas que no necesitan hacerlo, ni a las más pobres, que no podrían hacerlo a costa de perder su identidad y sus clientes de gustos especiales, sino de aquellas que se ubican en la media típica de las prostitutas, y que para atraer una mayor diversidad de público usuario necesitan recurrir a ese mecanismo, dentro de un contexto de cambio.

4.4.2.2 Rostro y busto



Figura 22.- *El Chino*, mayo 2005.

Las imágenes fotográficas que muestran de frente el rostro y el busto femenino, marcan el segundo momento de la liberación erótica del cuerpo femenino presente en los avisos de servicios sexuales. En la fotografía el busto aparece cubierto con un brasier diminuto, que más que cubrir, revela. En otros, más audaces, están totalmente descubiertos, mostrando las bondades de su protuberancia. Orientan la mirada masculina hacia ellos, más que al rostro. El rostro y el busto son dos elementos opuestos y complementarios de la estética, donde el busto cumple una función erótica mayor. La presencia de ambos al mismo tiempo, muestra el grado de ambivalencia en nuestra sexualidad, sobre todo popular. Las primeras imágenes que acompañan los avisos sólo muestran el rostro, y en él una semblanza generalmente angelical. El rostro bello está asociado a lo espiritual, al disfrute sano del sexo. Cuando se agrega al rostro los senos, se transforman el papel que cumple el rostro, lográndose una mayor erotización.

Los tipos de senos que aparecen en las fotos son para todos los gustos. Desde los de talla menor, hasta los más exuberantes, pero sin alcanzar las dimensiones exageradas que figuran en el texto de los anuncios dirigidos a los sectores populares: “Bustoncita” o “Pechos 40B Brasier”. En realidad estas fotos no corresponden a las “chicas” reales del anuncio, como en los casos anteriores, sino a modelos de revistas donde se anuncian ropas de baño u otros

productos de verano. En otros casos se utilizan fotos de damas que aparecen en revistas eróticas de caballeros.

4.4.2.3 El cuerpo entero y el trasero



Figura 23.- *El Comercio*, 2003, y *Trome*, enero 2006.

El paso de las imágenes fotográficas que magnifican el rostro a la magnificación del trasero, no es sino el paso de gravitación de la espiritualidad, la afectividad y el amor, a la del cuerpo, la sensualidad, el erotismo y la pornografía, en la interacción entre los sexos.

El cuerpo femenino, casi entero, que aparecen en las fotografías, se presenta en distintas posturas. Unas de frente, otras de espaldas y la mayoría en una postura que muestra al mismo tiempo el rostro, el busto y el trasero. En estas fotografías casi todos los rostros muestran un gesto sensual.

Lo interesante para esta parte del trabajo son las posturas de las mujeres que muestran a la vez el trasero, el busto o una parte del busto y el rostro. Tres partes del cuerpo que hoy tienen mayor significación erótica.

Desde el punto de vista cuantitativo, del conjunto de imágenes fotográficas analizadas, donde se muestra la mujer en cuerpo casi entero, sólo un porcentaje muestra de frente todo el cuerpo. Un porcentaje mayor trata de mostrar a la vez el rostro, el busto y el trasero. Son posturas más sensuales. Y otros muestran sólo el trasero.

Con estos materiales podremos señalar la evolución de las formas de mostrar el trasero en los anuncios de ofertas sexuales.

Aquellos que muestran a la vez, el rostro, el busto y el trasero recurren a tres tipos de posturas que pasamos a señalar. Una primera postura: ella parada en cuerpo semidesnudo muestra de espalda el trasero y a partir de ahí gira la cabeza para mostrar el rostro. La segunda postura: ella como si estuviera gateando, mirando de frente, inclina los pechos hacia abajo, pero levanta el trasero, mostrándonos las tres zonas atractivas de su cuerpo, pero sobre todo la redondez de sus ancas, en posición de *tiro*. Los gestos del rostro y la mirada, armonizan con esa situación sensual. La tercera postura, al revés de la anterior, dando la espalda, semiagachada, en postura de mandril, muestra provocativamente todo el trasero. En esa posición, giran la cabeza ligeramente hacia atrás mostrando el rostro y parte de los senos. En la variedad de ésta, está la posición perruna pero de perfil. El pelo suelto le agrega sensualidad. Lo sugestivo es la evocación a la postura sexual que goza de mayor preferencia en los hombres de hoy.

Otras variedades están en las fotos sensuales donde se ve a la mujer de espaldas, sentada sobre los talones. A partir de ahí hace un quiebre de cintura para mostrar un rostro juvenil agradable, pelo suelto y senos al descubierto. En esta variedad de posturas donde se muestra el rostro, los senos y el trasero, la más llamativa y la que da más fuerza a la imagen, es la postura que muestra el trasero. Traseros atractivos, como diría uno de los entrevistados, “glúteos redondos y firmes”. Estas imágenes obviamente no son todo el universo de las posturas sexuales placenteras que se practican en nuestra cultura, pero sí corroboran la preferencia sexual del trasero, así como la postura del “perrito”: la mujer colocada a “cuatro patas” y el hombre la penetra por atrás. Es una posición excitante donde se cumple sus fantasías de dominación.

Esto significa que hemos entrado en un tercer momento del uso de las imágenes de las mujeres en los avisos de manera más directamente erótico. Pero aún más radical que éstas, son las fotografías en posturas donde sólo se muestra el culo, y están ausentes otras zonas del cuerpo; no hay miradas; no hay nada. Esta es una postura donde el cuerpo femenino es reducido a simple objeto. Señal de que estamos entrando a un cuarto momento, donde las imágenes fotográficas serán abiertamente pornográficas, es decir, mostrar sin pudor y

obscenamente esta parte del cuerpo femenino. Una especie de radicalización en el acoso a las fantasías sexuales masculinas, que no necesariamente puede expresarse en un acercamiento sexual.

Las tres posturas sexuales señaladas son altamente eróticas. Son posturas visualmente atractivas. Alberoni, al tratar el erotismo, señala las diferentes formas de vivir el erotismo que tiene el hombre y la mujer. El erotismo masculino es sobre todo visual, se basa en la mirada, a diferencia de la mujer que es cutánea, de piel y susurros (Alberoni, 1993).

Es interesante saber la manera en que se conjugan en las posturas sexuales del cuerpo, los mandatos sociales y las iniciativas individuales. Para entender el significado social de las posturas sexuales, vamos a referirnos a aquella donde la mujer de pie, dando las espaldas muestra el trasero, el busto y el rostro. Gesto aparentemente insignificante, pero que en sí tiene un significado cultural importante en el desarrollo del juego erótico de los cuerpos femeninos. Morin, en su texto sobre *Las estrellas del cine* (1957), señala que en los años 50 los rostros bellos de las *stars* de Hollywood eran la atracción de los medios y de toda la sociedad. Pero cuando comenzó a darse en la sociedad un giro en los gustos orientándose más a lo sensual que a lo angelical, necesitaban dar un vuelco en su presentación habitual hasta ese entonces. Pasan a presentar ya no una mujer angelical, celestial, sino estrellas femeninas más terrenales y sensuales. Para ello utilizaron a los fotógrafos como un primer recurso. Así, las artistas, en las sesiones fotográficas para los diarios o los carteles de propagandas de las películas, tenían que demostrar no sólo su rostro bello, angelical, sino todo el cuerpo en prenda de baño. Mirar, mostrar el rostro y girar al cuerpo para enseñar el trasero, a la vez. Y así dar un aire de vampiresa al rostro antes sólo angelical. En el caso de las vedettes de ahora, y las fotografías más eróticas que acompañan estos anuncios, es al revés. Muestran primero el trasero luego el rostro. Con esa postura quieren apaciguar la fuerza agresiva de un culo en la primera toma, mediante un rostro muchas veces afable, sonriente y circunspecto. No son gestos de mujeres deseantes.

Ambos usan el recurso para fines opuestos. Unos para erotizar, el otro para frenar los arrebatos lúbricos y la obscenidad.

En todo caso muestran los dos elementos del cuerpo bastante apreciados en nuestro gusto estético: rostro bello y glúteos atrayentes.

El significado del cuerpo en las fotografías

Lo primero y más obvio en estas imágenes fotográficas son los cuerpos. Cuerpos bellos, sensuales, juveniles, blancos, estilizados. Cuerpos femeninos que se exhiben para el ojo erótico masculino. “El cuerpo es el mensaje”, dirá Flora David. El cuerpo es un operador simbólico que irrumpe en el escenario a través de dispositivos estéticos y señala las preferencias masculinas por el tipo de cuerpos de mujer.

En las expresiones de los cuerpos que se exhiben para el disfrute sexual hay una representación proyectiva de los sueños, deseos y fantasías. Estos cuerpos no son cuerpos sufrientes, no son cuerpos afectados por los que buscan controlar, regular, castigar o reprimir. Por el contrario, son cuerpos frágiles, bellos, juveniles, sensuales, vitales que invitan al goce, al placer. Es decir, a momentos gratificantes. No son cuerpos lacerados en la guerra, ni cuerpos agobiados por la pobreza. No tienen la marca del dolor ni de la tragedia. Ni tampoco son cuerpos agresivos, guerreros, brujos. Por el contrario, son cuerpos que por su armonía, belleza y elegancia invitan al goce, al disfrute, al placer.

4.4.3 La fotografía y lo fantástico

La fotografía es un signo icónico. Aparentemente poco codificado, y cuya interpretación depende del carácter evocador de la imagen. Para Vilem Flusser “las imágenes son superficies significativas. En la mayoría de los casos, éstas significan algo ‘exterior’, y tiene la finalidad de hacer que ese ‘algo’ se vuelva imaginable para nosotros, al abstraerlo, reduciendo sus cuatro dimensiones de espacio y tiempo a las dos dimensiones del plano” (Flusser, 1990: 11). A esta capacidad de abstraer y re proyectar estas abstracciones llama imaginación. La imaginación produce y descifra imágenes. Es una forma de acceder a la realidad simbólica. Este desciframiento no tiene la lógica de la linealidad. Es un procedimiento de retrocesos, repeticiones, donde todo participa del contexto significativo. Las imágenes no son eventos congelados.

“En la fotografía, lo real y lo fantástico se identifican como en una exacta sobreimpresión” (Morin, 1972: 23). Se mira la imagen real, pero se desdobra en una visión onírica para

descubrir secretos antes no vistos. No sólo se “ve”, sino se “visiona”. La imagen fotográfica tiene vida. “Aunque inmóvil la imagen fotográfica no está muerta”, nos dice Morin.

Hace presente lo ausente. Evoca una presencia. Establecemos una comunicación subjetiva con la imagen. Nos causa emoción, sentimientos.

En la fotografía se puede leer el alma de la persona representada. Pero también los deseos proyectados por los sujetos que toman las fotos y las manipulan.

La fotografía que poseemos nos puede también poseer. Por eso lo vemos y lo volvemos a ver, una y otra vez, con agrado.

Como ya hemos señalado, las fotografías actúan en la proyección de los deseos. Son imágenes objetivas, fijas, inmóviles que movilizan la subjetividad en el mundo onírico de los anhelos. Su inmovilidad permanente posibilita un ir y venir que permite la cristalización afectiva y mágica. En tanto localizada y fija se ve y se vuelve a ver. “Cuanto más poderosa sea la necesidad objetiva, la imagen a la que se fija tiende a proyectarse, alienarse, objetivarse, alucinarse, fetichizarse (verbos que jalonan el proceso), y esta imagen, aunque aparentemente objetiva y porque es aparentemente objetiva, siente más esta necesidad hasta adquirir un carácter surrealista” (Morin, 1972: 33).

Otro elemento que contribuye a la imaginación y la seducción de la fantasía que proyecta, es que la fotografía está adaptada a la utilización y apropiación privada, sobre todo. Cada individuo proyecta sus deseos en esas fotografías, pues las imágenes fotográficas se adaptan a las particularidades individuales, a la suerte y fantasías personales.

Hay una apropiación privada y recreación privada. El sujeto que contempla se siente propietario de la imagen y la hace suya. Pega las fotos en su cuaderno, en las paredes de su cuarto, en su baño o donde mejor le plazca para disfrutar repetidamente, permanentemente de esa imagen grata. La contemplación fotográfica es emotiva, mayor aún en la privacidad.

Toda imagen fotográfica es polimórfica, es decir tiene una pluralidad de formas, y también polisémicas, es decir cambia de significados según sea el contexto donde se la ve. La fotografía admite distintas lecturas e interpretaciones en función del marco en que se contemple o el contexto de la persona que realiza la interpretación.

En los anuncios dirigidos a los sectores populares se encuentran dos lenguajes, el escrito y el fotográfico. Las fotografías que acompañan a los anuncios de ofertas sexuales tienen un referente identificable, el texto, al que no sólo aclara, sino que es aclarado por éste. La presencia de la fotografía aumenta su dosis de fantasía.

La relación entre ambos elementos varía, según el tipo de diario popular en que se anuncian los servicios. Por ejemplo, en el diario llamado *Ajá*, donde generalmente se publican menos de 10 avisos por edición, el texto en formato de colores está acompañado de imágenes fotográficas femeninas, también en colores, que muestran los senos desnudos. El contenido de los textos como “*Ricas chibolitas (18), blancas y complacientes*”, o “*Lindas y apetecibles chibolitas (20) A-1 complacientes*”, concuerdan con esas imágenes fotográficas sugerentes. En un diario popular llamado *Trome*, el aviso es en blanco y negro, lo mismo que las fotografías. Actualmente, exhiben más rostros que cuerpos. Los rostros que ahí aparecen son rostros angelicales, rostros de modelos. No concuerdan con el contenido lúbrico de los textos. En ambos casos, las damas que prestan sus servicios sexuales no son las de la fotografía.

Es preciso señalar que actualmente este hecho es artificial y forzado. Antes del 2007, la profusión de cuerpos desnudos en poses sugerentes era mayor. La amenaza de prohibición de este tipo de anuncios de servicios sexuales ha morigerado el contenido del texto así como el tipo de imágenes fotográficas. Incluso en ocasiones desaparecen las fotografías que antes acompañaban a los avisos.

La incongruencia o no correspondencia mayor es entre las damas representadas en los anuncios: blancas, rubias, altas y rostros de modelo, y las damas reales y concretas, que ejercen el oficio de prostitutas, que no poseen esas características. Lo que confirma más lo que hemos venido comprobando: que la descripción de las trabajadoras del sexo, contenido en esos anuncios es una manera lúdica de acosar a las fantasías masculinas, más que un referente real.

Es un recurso de seducción engañosa. No obstante, ese carácter engañoso revela nuestra cultura y el espíritu de la época: muestran las fantasías sexuales, las distintas sensibilidades masculinas, los gustos, las preferencias sexuales y raciales predominantes. Por ejemplo, en los gestos de los rostros hay señales de ese espíritu. No son gestos prometeicos,

preocupados por el trabajo, el deber y el logro, sino gestos que expresan contento, displicencia, disposición al goce, al juego con los deseos; los cuerpos desnudos expresan la cultura hedonista y gozosa de hoy.

Los rostros en esas imágenes fotográficas transmiten valores estéticos, pero también el sentido de la vida misma. Imágenes bellas, en situación de tranquilidad, relax, calma y armonía, contrario a los rostros tristes, agotados, preocupados o con rictus de temor.

El itinerario temporal del uso del cuerpo femenino, en el acoso a las fantasías sexuales masculinas, tiene que ver con el itinerario de la sensibilidad pasionaria de nuestro tiempo. El rostro en el primer plano refleja ese primer momento, menos sensual. El rostro y el busto, al mismo tiempo, una mayor erotización del cuerpo; y un tercer momento, de mayor carga erótica es cuando se recurre a la presentación del cuerpo semidesnudo casi entero de la mujer, en distintas posturas sensuales, donde el trasero es el protagonista principal, y es explícita la invitación al disfrute sexual, recurriendo inclusive a llamaradas que proceden de las profundidades atávicas de la especie.

En la evolución de la presentación de las imágenes fotográficas del cuerpo femenino hay un proceso de corporización progresiva. Primero, sólo rostro, después rostro y busto (cubierto o descubierto), y finalmente casi todo el cuerpo. Este proceso está relacionado a dos momentos culturales que coexisten en nuestra sociedad de hoy. Una que llamamos tradicional-moderna y la posmoderna. La diferencia no está sólo en la forma de presentación del cuerpo, sino en el sentido del goce que ambos proponen. En ambos la valoración del cuerpo y del goce es distinta. En la posmoderna es más desinhibida, abierta, al mismo tiempo que frágil y poco duradera.

En estas imágenes fotográficas encontramos viejos y nuevos arquetipos de la mujer que atrae sexualmente a los hombres, presentados bajo el rubro de trabajadoras sexuales.

El tipo de mujer sexual que gusta a los hombres de ahora es la mujer bella, de cuerpo excitante, al mismo tiempo que divina, dulce y sensual.

Una reflexión final. ¿Por qué colocar este tipo de figuras fotográficas y no la de la mujer *vamp*, de los años 40-50? Creo, primero, porque vivimos una era de la belleza, del lujo, del hedonismo; de relativizaciones de las distintas esferas y grupos sociales. Segundo, hay una aproximación entre sexo transgresor y sexo normal, decente. Donde el proceso de

adecentamiento de las prostitutas es notorio. Tercero, hay un proceso de deconstrucción del orden moral dominante en los últimos 50 años, basado en el puritanismo, en la contención de los impulsos libidinales, para establecer un orden donde el frenesí, la pasión y el vitalismo son sus distintivos.

Hay un proceso de constitución de una sexualidad progresivamente más arrechante, donde la línea entre un tipo y otro de sexualidad va desapareciendo.

CAPÍTULO FINAL

“Crear (y por lo tanto descubrir) siempre implica transgredir una norma; seguir una norma es mera rutina, más de lo mismo, no un acto de creación”

Bauman (*Modernidad líquida*)

Esta investigación sobre la naturaleza de las imágenes y fantasías sexuales que rondan los deseos lúbricos masculinos, presente en los avisos de servicios sexuales comienza con dos tipos de preocupaciones. Uno de carácter metodológico y el otro de carácter ontológico-epistemológico. En el metodológico, desde el inicio hay una apuesta favorable por la importancia de lo banal y las minucias como una forma peculiar de acceder al conocimiento de la realidad de la vida cotidiana, sobre todo de aquellos fenómenos emergentes en la sociedad contemporánea y los considerados comúnmente como frívolos y mundanos. En el aspecto antológico-epistemológico, por el contrario, se inicia haciendo una crítica a los fundamentos de la sociología positiva, que desconoce el valor de la subjetividad y del espíritu, señalando, además, un breve itinerario de las escaramuzas de una razón que trata de incorporar lo sensible a la ciencia, capaz de articular el mundo material con el espíritu, del cual esta tesis no es sino una de sus expresiones.

El análisis de los avisos de servicios sexuales realizados desde este piso ha permitido llegar a los resultados que a continuación se presentan. A diferencia de una concepción objetivista del mundo que ve estos avisos de servicios sexuales de carácter anodino como meras minucias, que se agotan en sí mismo (por consiguiente inadecuados como elementos de juicio sociológico), a lo largo de esta investigación hemos podido mostrar que más allá de su apariencia, son materiales muy complejos y sugerentes en los que se encuentran aspectos sustanciales de nuestra sociedad y cultura, de nuestra manera de ser, de estar, sentir y soñar en el terreno sexual. Incluso, debido a su formato trivial y plebeyo, revelan con facilidad aspectos asolapados como, por ejemplo, el racismo y los deseos sexuales que no se

verbalizan de manera franca en el escenario oficial, por la censura blanca de la decencia, el pudor y la vergüenza.

Este resultado ilustra bastante bien la idea inicial de esta investigación de que no sólo desde los grandes relatos o las expresiones sublimes de la Cultura y la Sociedad, pueden acometerse la pesquisa y el conocimiento de la realidad social, sino también desde aquellos hechos considerados anodinos y profanos, que puede ser encubiertamente malo, pero al mismo tiempo bueno, para la interpretación de la realidad al que alude o niega.

Es en esta atmósfera que, durante el tratamiento de los datos brutos, emergen dos categorías que denominamos corporeidad y sexocialidad; ambas diferentes, pero al mismo tiempo complementarias. Ambas permiten dar cuenta de la naturaleza de las imágenes y fantasías presente en los avisos de servicios sexuales, pero cada una desde su competencia; la sexocialidad desde la particularidad de nuestra sexualidad y manera de ser social, y la corporeidad desde el Eros dominante en estos tiempos. Es decir, desde lo específico y general, desde lo local y global.

Los avisos tienen la particularidad de revelarnos de manera franca el momento cultural que vivimos. Una de sus características es el vitalismo. El tipo de sexualidad fabuloso, los cuerpos deseosos y deseados que se construyen en el imaginario son parte de ese proceso donde se afirma la vida y el goce. El otro elemento es el proceso de personalización creciente cuyas expresiones no sólo están en el uso del nombre “propio” de las prostitutas y en el proceso objetivo de privatización de los espacios del placer, sino en la instalación de un espíritu de lujo creciente, que se expresa en la referencia permanente a la belleza femenina; pero es precisamente aquí, al lado de esta referencia grata, donde se instala el lado perverso de la realidad social multi: el racismo. Y aquí es donde aparece la fantasía para cumplir una función de sutura, estableciendo una relación muy particular entre lo puro e impuro, entre el sexo formal y el transgresivo, entre el ensueño y la pesadilla.

Desde la crítica a la ontología y epistemología positivista, esta investigación ha permitido precisar las características de lo que denominamos sociología mundana, las que señalamos al final de esta conclusión.

1.- Corporeidad, sexocialidad, localidad y diferencias culturales

En los avisos o anuncios de ofertas de servicios sexuales que se publican en la prensa popular y en la prensa seria e ilustrada, encontramos dos tipos de narrativas eróticas, que manifiestan las diferencias culturales entre un grupo social y otro. Ambas muestran las distintas sensibilidades vinculadas a la belleza corporal y al placer sexual: los sectores sociales ilustrados gustan de cuerpos esbeltos, bellos, delgados y de piel blanca. Los sectores sociales populares de cuerpos voluptuosos, exuberantes, bien proporcionados y bonitos, y si es blanca mejor. Los primeros utilizan un lenguaje mesurado y sobrio en las propuestas del servicio sexual, y los segundos, un lenguaje bastante expresivo, hiperbólico y fantasioso.

Esta diferencia a nivel local o interno, adquiere una especificidad a nivel global o externo. Si comparamos el contenido de estos anuncios de servicios sexuales que se producen en nuestro medio, con otros que se publican en otras latitudes (Ver Anexo 4), se percibe fácilmente la diferencia y consiguientemente su peculiaridad. Los nuestros, para atraer a sus clientes, utilizan una serie de recursos seductores. En la corporeidad se recurre a los atributos del cuerpo, a la figura espectacular, al trasero de ensueño, a la cintura quebradita, al cuerpo exuberante, a la piel blanca, al rostro bello, se enfatiza la edad tierna (“chibolita”, nenita, debutante) . En la sexocialidad el atractivo no es el cuerpo, sino la promesa de trato de pareja, la complacencia y la disposición amorosa sin apuro, servicio completo, ser insaciable, superfogosa, sensual, supercariñosa, entre otros. La corporeidad y la sexocialidad, opuestos en sus componentes pero complementarios entre sí, están ausentes en los anuncios de ofertas sexuales foráneos, sobre todo en los euroamericanos, que enfatizan en su propaganda tan solo el tipo de servicio sexual y el placer corporal que brindan. Es decir, presentan sólo el cuerpo en un lenguaje netamente comercial, prescindiendo de la emocionalidad y proximidad propia de la sexocialidad.

Esto no significa que en los avisos de ofertas sexuales euroamericana no pueda aparecer elementos que forman la sexociedad; en ocasiones sucede, sobre todo ahora que los límites entre lo diverso va haciéndose más frágil.

Si en la sexociedad el afecto y el servicio sexual grato son sus distintivos, en la corporalidad sureña, que llamamos corporeidad, adquiere una presencia poderosa un tipo de cuerpo donde la exuberancia, la voluptuosidad de sus curvas, traseros y senos son sus mejores argumentos, del que no puede estar ausente un rostro bello, que lo complementa. El significado de esta relación entre el cuerpo atractivo y el rostro bello, ya desarrollado en el capítulo correspondiente, grafica la conjunción de lo impuro con lo puro, aquello que representa lo bestial con lo angelical, lo material con lo sensible, al igual que la corporeidad y la sexociedad.

Sexociedad y corporeidad son dos categorías relacionadas que se oponen y complementan mutuamente. Por eso aquello sexual que aparece como obsceno y abyecto se adecua, se purifica mediante la sexociedad, mientras que lo lascivo, lo “impuro” se mantiene a través de la corporeidad. Ambas están presentes y crean ese cuadro lúbrico de imágenes corporales, sexuales, fantásticas, sumamente placenteras. Aunque en el negocio de los cuerpos, su forma de presentación tiene la lógica de toda publicidad cuyo objetivo es vender productos y servicios, el ennoblecimiento comercial del oficio de las trabajadoras sexuales y de sus cuerpos, no le quita su lado complementario caliente. Aquí la sexociedad se manifiesta mediante lo afectual (“trato de pareja, complaciente, cariñosa”), y el componente sexual intenso, exigente, arrechante, conserva su papel en la figura de la corporeidad.

En la lógica moderna-occidental no se comprende o simplemente se omiten estos aderezos presentes en los contenidos de estos avisos locales. Se le hace difícil imaginar la conjunción de los opuestos-complementarios (corporeidad y sexociedad), cuerpo y emoción, placer y afecto, en una actividad comercial donde se supone que sólo debía haber cuerpo, sexo. La conjunción de lo diverso, heterogéneo, inclusive opuestos que se juntan, es parte de nuestra forma de ser. Nuestra diversidad geográfica, ecológica, cultural, histórica, corporal, estilos de vida, de mentalidades, emocionalidad, visiones de mundo, crea una pluralidad de

relaciones e identidades, que el proceso civilizatorio ni la domesticación de las costumbres, felizmente, no han podido homogeneizarlos.

Esta forma de estructuración social, donde ingredientes diversos conviven e interactúan hace que nuestro proceso social sea rico y complejo a la vez. Por eso, al lado de elementos culturales nuevos, perviven elementos premodernos y hasta coloniales, como el racismo. Junto a los factores de atracción conviven los factores de repulsión. Eros y discriminación.

2.- El significado cultural de los anuncios de servicios sexuales

La aparición, difusión y proliferación de los anuncios de servicios sexuales, con las características señaladas en los capítulos anteriores, marcan un nuevo momento cultural en relación a la liberación en el sexo y el placer. Estamos frente a un nuevo espíritu donde el placer y el cuerpo atractivo, mezclados con la libertad y el individualismo, no sólo han visibilizado el sexo más que en cualquier otro tiempo, sino que han hecho que éste adquiera formas y contenidos novedosos.

Si hace una década atrás, el hecho trascendental era la liberación de la sexualidad y el erotismo en la ciudad, como lo hemos demostrado en una publicación anterior (Ccopa, 1999), hoy estamos frente a una nueva revolución sexual, donde las formas llamadas transgresivas en el placer van tomando un lugar importante en la relación entre los sexos. Que ésta haya tomado la nomenclatura del sexo periférico para expresarse con mayor libertad es porque en el mundo oficial, si bien la represión a las prácticas sexuales ahora es débil, ésta subsiste con fuerza en la palabra, en lo que pueda o no decirse. Aun hay cosas del sexo de las cuales no puede hablarse en público; pero el lenguaje obsceno de los avisos tiene la virtud de revelarnos lo que la palabra decente nos priva. Cuando el escenario oficial se resiste a lo nuevo, transgresor, emergente, éste busca vías por donde manifestarse, no importa cuál sea su grado de aceptación social. Que en este caso haya tomado la prostitución, uno de los oficios más estigmatizados por la sociedad del orden y la pulcritud, como camino es bastante significativo.

Es que en la imagen de las prostitutas se radicaliza el sexo placer y el placer sexual. Se muestra desinhibida, franca, abierta, muy diferente a una sexualidad seria, recatada,

reprimida y de remordimientos. Desde los tiempos de Tamar, pasando por Rahab, Magdalena, hasta las putas de El Trocadero, ellas continúan llenando los sueños lúbricos de los hombres, pero también expresando simbólicamente los deseos íntimos ocultos de la mujer decente, que toman este recurso en tanto socialmente ellas están aún condenadas al silencio en este tema y, por tanto, deben manifestarse mediante voceros desinhibidos, que escapen del orden moral vigente, disfrazando sus deseos como el deseo de otros.

Cuando una relación entre los sexos se hace por paga, cambia el contenido y también la forma de interacción. Cambian las motivaciones y las razones del “intercambio” de efluvios, también los modos de hacer sexo. Pero este “cambio” es un cambio revelador, pues desnuda a través de este tipo de interacción sexual el sexo *sub*, el sexo que se hace o quisiera hacerse de manera normal con la pareja oficial, pero que se confina su práctica a la sombra y ocasionalmente, por considerarlo obsceno, sucio. Así, los deseos sexuales que giran en el mundo de las prostitutas, no sólo expresan los deseos licenciosos ocultos, sino también aquella práctica que va emergiendo, constituyéndose como nueva.

Hoy, la línea que separa una sexualidad de otra es tenue. Muchas de aquellas que se practican en el campo de la prostitución se trasladan al campo de las interacciones cotidianas de pareja, y viceversa. El concepto de sexociedad, uno de los ejes de esta investigación, es una prueba de ello. Lo que se hace o intenta hacer como transgresión novedosa y grata a nivel de las interacciones sexuales de pareja se expresa radicalmente en la prostitución.

Este nuevo momento social y cultural, esta nueva forma de entender y vivir la vida, donde el goce, la disipación, el cuerpo y el disfrute sexual van tomando mayor importancia es llamado de diversos modos⁴⁹. Sea cual fuere, son conceptos que de un modo u otro expresan la saturación y el declive de los tres pilares o valores fundamentales que sustentan la modernidad occidental: razón, progreso y trabajo, como vías o modelo único e indivisible para llegar a un mundo feliz. En esta concepción, saturación no significa el fin

⁴⁹ Al respecto es ilustrativo el libro *Del buen uso de la lentitud*, de Pierre Sansot. Algunos llaman a este momento, modernidad líquida (Bauman); otros, segunda modernidad, fase de modernización de la modernidad (Beck) o modernidad reflexiva (Giddens). Los más, simplemente posmodernidad (Maffesoli, Lipovetsky, Braudillard, Lyotard, Terry, entre otros notables intelectuales). Unos resaltan la ruptura, otros la ruptura y continuidad de la modernidad. Unos desde el optimismo otros desde el pesimismo.

de un periodo, sino, cómo una forma estructurada en años deja de valer, pero no obstante sus elementos permanecen trajinando una nueva convivencia. El asunto es saber cómo se articulará esa nueva forma de estar juntos en sociedades como la nuestra.

Desde esa perspectiva, hay un retorno de lo arcaico, de lo arquetípico, anteriormente sepultado por la modernidad, bajo el signo de reencantamiento del mundo: nomadismo, hedonismo, lo orgiástico, los mestizajes diversos, entre algunos de ellos. Vivimos un tiempo en que se empieza a valorar el momento presente, lo festivo, las aglomeraciones festivas y deportivas, la exacerbación de los sentidos, el placer sexual que el moralismo no entiende. Aquí el cuerpo se redime y revalora, desde estas manifestaciones gozosas, pero además desde la estética, desde la belleza. Nietzsche involucra al cuerpo en la experiencia estética. El goce estético más que contemplación o ejercicio racional es una respuesta sensual y erótica. Es que la belleza corporal, como el arte, es el único producto cultural capaz de despertar el sentido del goce, del éxtasis, de las fantasías transgresoras, ya perdidos en el sujeto moderno racionalizado y disciplinado.

En la posmodernidad, el signo de los tiempos no es el futuro como en la primera modernidad, sino el presente. Como no se sabe si va haber otro mundo después de éste, se confía en el ahora. Se centran en el gozo y disfrute del instante vivido. En el *carpe diem*, de las *Odas* de Horacio: *¡Aprovecha y disfruta el día presente porque la vida es corta!* Hay una emergencia del vitalismo y presentismo. El presentismo se basa en la ausencia de proyectos futuros a largo plazo. Estimula lo sensible, el cuerpo, el pensamiento y el alma. El presentismo y el vitalismo, en tanto no están hermanados a ningún moralismo, van más allá de los límites establecidos. El vitalismo es la afirmación de la vida, simbolizada en el dios griego Dionisio. En la tradición judeocristiana occidental donde el dolor y el sufrimiento son valores purificadores del espíritu, el vitalismo así como el *carpe diem*, es visto con recelo porque es considerado caótico, desordenador. En la cultura occidental moderna el orden y la pureza son sus cimientos. Y la sociología primigenia compartía esta preocupación.

Si en la modernidad las energías estaban orientadas sobre todo a la producción, al trabajo, a proyectos futuros, hoy lo están para el hedonismo, el disfrute, la diversión, las fiestas y el

sexo. Hemos entrado a un tipo de sociedad donde el relax, el placer sexual, adquiere cada vez mayor importancia. La vieja máxima decimonónica, tan cara a los moralistas, de que el placer esclaviza, va dejándose atrás. La máxima actual es mundana. El placer es placer de orgasmo, liberador, explosivo, perturbador.

En versión psicoanalítica, estamos en un tiempo en que el superyó no prohíbe sino ordena, obliga a gozar, de modo que el sujeto ya no se siente culpable por el deseo inconsciente que ha debido reprimir, sino por no gozar lo suficiente "... la culpa por gozar –pese a la prohibición– ha trocado su lugar por la culpa por gozar demasiado poco" (Maresca, 2006: 16). Como dice Zizek, la gran paradoja es que el deber de ahora no impone el sacrificio y la obediencia, sino más bien el goce y la buena vida.

En todo escrito, desde el más trivial hasta científicos y filosóficos, hay una proposición de sujeto. El sujeto de estos avisos sexuales no es el sujeto racional, reflexivo o cartesiano, sino un sujeto más vinculado al cuerpo, al placer, a la vida, consiguientemente más vasto. No es el *homo faber* ni el sujeto prometeico moderno racional, sino una nueva figura de sujeto contemporáneo: gozoso y gozador.

Mas al lado de estos elementos de disfrute sensual del cuerpo hay un aspecto perverso que lo acompaña en forma de racismo.

En los avisos sexuales se exaltan los modelos de belleza femenina de tipo occidental: blanca, alta, cabellos y ojos claros; hermosa, de rostro bello y cuerpo atractivo. No obstante nuestra diversidad étnica, el Otro distinto al canon de belleza dominante no aparece⁵⁰. Las mestizas e indias no aparecen; están invisibilizadas. Entre lo indio y lo mestizo pueden asomarse algunos referidos a este último, pero muy ocasionalmente. Se puede aceptar lo mestizo, pero no lo indio. Lo cual revela la falsía del discurso criollo: "*Todos somos mestizos*" o "*El que no tiene de inga tiene de mandinga*". Revelándonos como parte de una visión criolla racista de exclusión, de ocultación de una realidad, mostrada cruda y dolorosamente durante la guerra política interna vivida por el país en los últimos 20 años, en donde de cada cuatro víctimas tres fueron campesinos andinos cuya lengua materna era

⁵⁰ Cada sociedad ha desarrollado su ideal de belleza, por ejemplo, la deformación de los pies de las mujeres chinas, los labios deformados en la cultura ugandés, así por el estilo.

el quechua, y en condición de extrema pobreza (Comisión de la Verdad y Reconciliación, 2004).

Si cada sociedad crea, inventa y establece sus propias figuras de la alteridad; señalando quiénes son y qué son, estos avisos nos muestran esa frontera perversa en el terreno corporal precisamente a partir de lo que estéticamente nos es grato. El color de la piel se constituye en un instrumento de fronteras. Es decir, de cercanías y lejanías. De cercanía entre semejantes y de lejanía entre diferentes. En una sociedad donde una minoría posee los rasgos descritos y la mayoría nacional carece de ellos, se refuerza la discriminación y las exclusiones, dado que esos atributos aparecen como virtudes deseadas. Esta es la más grandísima expresión de la colonización del imaginario. La presencia en nuestra alma de estos dos elementos aviesamente opuestos, producen las características peculiares a nuestro ser social y a nuestra batalla personal por la estética y la buena presencia.

La particularidad de estos avisos de carácter anodino, presentados en un lenguaje lúdico, es que nos revelan de manera franca y genuina el racismo estético, que en un discurso formal y serio tendría que disfrazarse al estándar del momento para no aparecer realmente como lo que es. En los detalles, en lo que menos se cuidan las personas son los más reveladores; esta es la virtud de la apariencia. Desde esta consideración, los discursos formales, oficiales, sobre la interculturalidad y el multiculturalismo tienen un cimiento frágil para su realización práctica. Reconocer las diferencias, las diversidades de las que está formada nuestra sociedad es fundamental para la convivencia, para la unidad de las diversidades en la diversidad.

Un aspecto interesante en estos avisos es que dan cuenta de las formas en que se produce el proceso de personalización. Uno es a través del nombre. Otro a través del cuerpo. Veamos lo del cuerpo. Opacada las preocupaciones por lo público y los proyectos de gran alcance; desplazados la preocupación por cambiar el orden social, el cuerpo se constituye en el espacio privilegiado de autorrealización, consumo y placer individual. El cuerpo, lo más individual que se posee, se convierte en el nuevo campo de acción.

La otra forma como se expresa el proceso de personalización es mediante la privatización de los espacios del placer, en otros tiempos básicamente de índole colectivo. Los antiguos burdeles eran espacios de socialización amplia, no sólo por la concurrencia del gran público, sino por la forma de interacción entre cliente y prostituta. Con la crisis de la prostitución de hervidero en burdeles, entre otras razones por la liberación de Eros, expresada en la explosión de hostales en las ciudades, las prostitutas se ven obligadas a salir a las calles. Esto condujo a la disolución de sus formas tradicionales de dependencia y a una progresiva emancipación de ellas en todos los sentidos. Pero como la calle tiene sus riesgos, mejor un espacio seguro. Entonces, un departamento como lugar del trabajo sexual se hace recomendable. Como un departamento es lo más privado que pueda existir para este tipo de negocio, entonces para atraer clientes es necesario marqueterse, exhibirse como cualquier otro objeto mercantil en la era de la información. Para ello, primero, utilizan los avisos clasificados en la prensa escrita, luego Internet, hasta llegar a páginas web calientes.

Este proceso de privatización de los espacios para el sexo rompe con el modelo de prostitución de viejo cuño. Corta el tradicional componente socializador de los burdeles, pero al mismo tiempo se extiende el conocimiento y la información sobre ellas a una escala mayor. Podríamos afirmar que la prostitución de la primera modernidad está asociada al espacio público, a la concurrencia en grupos, a la bohemia y a un tipo de clientes menos exigentes. La prostitución de la segunda modernidad está asociada al espacio privado de los departamentos propios o compartidos, al servicio directo y reservado; a la utilización de la publicidad; a una exigencia mayor en el sexo. Algunas prostitutas viejas de El Trocadero cuentan que el comportamiento de los clientes comenzó a cambiar a principio de los ochenta. Antes los clientes entraban a los cuartos y salían al poco tiempo; no demoraban mucho en uso del servicio sexual. Por eso la atención no tenía un tiempo de duración establecida. Cuando aumenta la difusión de la sexualidad en imágenes, en revistas, en fotografías y el cine, el erotismo se posesiona en la subjetividad de los clientes que quieren experimentar cosas nuevas. Se hacen exigentes, piden variedad en el servicio. El sexo se hace más erótico que antes. Señal que se va dejando atrás de manera progresiva la represión en el sexo y el placer, camino hacia una sexualidad más libre, renovadora y espléndida. La

forma de divertirse y gozar a través del cuerpo refleja un tipo de sociedad hedonista, al mismo tiempo que da cuenta de nuestras características peculiares, individuales.

Uso de los cuerpos y las fantasías

Como hemos visto a lo largo del trabajo, lo que se presenta en los avisos no es un cuerpo cualquiera, sino un cuerpo creado por imágenes fantásticas para colmar el deseo sexual de los hombres. Son cuerpos femeninos deseados, por hombres deseantes, que enseñan a desear más. El deseo busca establecer una relación hombre-mujer muy grata, distinto al de la dominación. Pero este deseo pasa por el tamiz de la fantasía.

La sexualidad es una de las actividades humanas más gratas, pero también la que ha recibido el mayor peso de la represión en la historia occidental, hasta ahora. Por eso mismo en la intimidad, fantasía y sexo siempre se han acompañado. El hecho de que en la última década éstos tomaran el escenario público en su forma más anodina a través de los avisos de servicios sexuales, utilizando un lenguaje abiertamente libidinoso, lascivo, es señal de que está pasando de ser una ocurrencia de unos pocos libertinos a convertirse en una parte integrante de nuestro imaginario sexual habitual. De modo que ahora más que en otros tiempos el sexo hecho de manera decente, conforme a lo prescrito por las buenas costumbres y la cultura dominante, tiene los signos de una sexualidad reprimida.

Las propuestas sexuales atrevidas y, en ocasiones, obscenas de los avisos sexuales son las que muchos quisieran hacer o algunos lo hacen pero en la nocturnidad de la intimidad, en secreta complicidad de pareja. Por eso mismo, es el anticipo de un tipo de sexualidad que podría devenir en una práctica normal. Como señala Jameson "... rupturas radicales entre periodos no implican en general cambios totales de contenido sino más bien la reestructuración de cierta cantidad de elementos ya dados: rasgos que en un periodo o sistema anterior estaban subordinados ahora pasan a ser dominantes, y otros que habían sido dominantes se convierten en secundarios." (Jameson, 1998: 35). De modo que aquello considerado extravagante, ofensivo, repulsivo, sucio, marginal en un momento, se convierte en deseo realizado, dominantes, en otro momento. El mismo Jameson señala en el libro de referencia: "A menudo sucede, en efecto, que las formas culturales prevalecientes en un

periodo en particular no son aportadas por los principales agentes de la formación social en cuestión” (1998: 70). Es decir, son obras de elementos marginales, anodinos.

Aquí quisiera señalar otra manera de ser de la fantasía. En una sociedad de represión, las fantasías van a contracorriente de los valores y las creencias dominantes. Se mueve en el terreno de la libertad de los deseos. Esquiva las tipificaciones sociales, de raza, color de piel, las divisiones sociales de clase, las tradiciones y los valores. La fantasía pertenece a otro reino de la realidad, donde la imaginación es tan libre que puede crear y recrear otras figuras mentales gratas. Por eso aquello considerado obsceno aparece grato, placentero. Esa es su función. No es la certeza ni la objetividad en los anuncios de servicios sexuales lo que posibilita el marketing sino la fantasía, el imaginario que lo acompañan.

En tanto, lo imaginario es el espacio de la representación simbólica a partir del cual se consolida una realidad social, es al mismo tiempo instancia a partir del cual se despliegan las ensoñaciones que quiebra lo duro de la realidad. De modo que es posible construir otro imaginario doblando la “realidad” instalada. Si desde el placer y el deseo sexual se suelda la dominación racial y segregacionista, también se puede quebrar desde él. Si bien en forma y contenido los avisos difunden elementos discriminatorios racistas, hay también espacios para sacarle la vuelta en los hechos. Esas mujeres blancas, juveniles, esbeltas y de cuerpos seductores no sólo azuzan deseos sexuales masculinos diversos, ubicados en diversas situaciones sociales y culturales, sino también posibilidades de consumo físico y mental (sobre todo este último, como goce subjetivo). En tanto, las que se prostituyen no se asientan en el gusto estético de preferencia, sino en el gusto exclusivo por el dinero; aquellas damas descritas en los avisos como “bellas A1, blancas, tipo modelo o anfitriona”, pueden ser consumidas pluralmente, por todos aquellos que tienen la posibilidad de hacerlo pagando. No importa que sean contrarios al prototipo del hombre guapo occidental; no importa que sean cholos. Suficiente que tenga dinero (mejor si es un cholo capaz de gastar 14 mil soles por un par de días de placer, con mujeres blancas). Así, lo que no puede darse en la realidad, por la vía de la conquista, el enamoramiento, salvo como un “error estadístico”, o la excesiva erotización de los cuerpos, en el mundo de la prostitución se da esa posibilidad grata, sin esos acondicionamientos inusuales.

La alegre línea delgada de las sexualidades hoy

En una parte de su libro *La historia de la sexualidad*, Foucault se hacía esta pregunta: ¿Estaríamos ya liberados de esos dos largos siglos (XVII-XVIII) donde la historia de la sexualidad debería leerse en primer término como la crónica de una represión creciente? Podríamos responder, en parte sí. Pues el sexo y la sexualidad ya no están encadenados como antes. Liberados de la represión, su actuación no puede ser leída en términos clásicos de transgresión de las leyes y las prohibiciones. En tanto ya no hay una verdad absoluta que oriente hacia un tipo de conducta sexual la gestión individual del comportamiento sexual se hace cada vez más permisiva y laxa.

Si antes en el mundo oficial existía una jerarquía férrea entre un tipo de sexualidad y otro, en el imaginario, ésta va perdiendo consistencia. Sexo periférico y sexo matrimonial tendrían puntos de encuentros cada vez mayor. Ya no se valora sólo la sexualidad de pareja, como se pretendía antes, sino también las periféricas y la sexualidad prenupcial. La descalificación de aquellos comportamientos sexuales considerados perversos, obscenos o pornográficos se atenúa, pasando, más de las veces, a ser parte de la práctica cotidiana y familiar en la intimidad. El término “era tabú” grafica bien el espíritu sexual de nuestro tiempo.

Estamos frente a una sexualidad que escapa cada vez más, en lo esencial, de los sistemas ordenadores del comportamiento humano en el sexo. El desplazamiento de los individuos del sexo reprimido al liberado es deconstructivo a través de espacios “clandestinos”, no oficiales, como los avisos de servicios sexuales objeto de esta investigación, los hostales, las fantasías e imaginarios sexuales diversos; es decir, mediante canales transgresivos, “malcriados”, que la academia llama anómicos; esto más allá de los chistes y bromas de contenido sexual. Quizás estos últimos sean expresión de la represión de nuestro lenguaje en el sexo que se niega a conversar, discutir, a tratar el tema en todos los niveles de manera franca, salvo cuando se depura el vocabulario, o la decencia filtra las palabras. Las “palabras blanquean los discursos” sobre el sexo, como dice Foucault. Mediante el lenguaje se controla la libre circulación de los discursos considerados obscenos y trascendentales. No obstante los grandes cambios en este terreno, no estamos acostumbrados a hablar libremente del sexo todavía.

Cuando hablamos de sexo hablamos del placer, y en el programa burgués de la educación de los sentidos, hablar del placer de manera franca no está permitido. Forma parte de la dominación permitir de qué cosas se deben hablar y de qué cosas no; entre quiénes hablar y cómo hablar. Se crea toda una cultura de las alusiones para referirse al sexo, escamoteándole. Por el contrario, los avisos de servicios sexuales utilizan un lenguaje directo, de manera abierta, desinhibida, sin pulimentos. Algo más, presta la palabra a quienes no pueden hablar sobre sexo como ellos lo hacen por estar sujetos a las buenas costumbres imperantes. Es la voz del placer corporal proscrito. Su presencia es la señal de que la línea que separa lo lícito y lo ilícito en el sexo se va haciendo cada vez más tenue, precaria.

La sexualidad no es un tema innoble y de poca relevancia. Tratarlo de manera franca es una manera de desafiar el orden establecido. Un acto subversivo. Sobre todo en un momento en que se entra a un orden social nuevo. Los avisos de servicios sexuales, su lenguaje y las imágenes que crea son parte de un proceso mayor de liberación de la represión, que en este caso hace suyo un lenguaje muchas veces obsceno, pero que se constituye en el puente más propicio para salir de ese submundo al que se pretende confinarlo.

3.- Sociología mundana

De resultados de todo lo que hemos desarrollado a lo largo de los capítulos de esta investigación y sintetizado en las conclusiones, se puede proponer las ideas básicas de lo que podríamos llamar sociología mundana, que vendría a ser otra forma de responder al espíritu prometeico y moralista dominante en la sociología positiva.

Por sociología mundana puede entenderse aquella sociología cuya característica principal es tener una relación grata con la vida; una mirada generosa con las cosas; que las respeta tal como son, en su organicidad, es decir, en la contención de sus elementos contrarios, sin el proceso de distinción entre lo que se considera malo o bueno, puro o impuro, moral o inmoral. Estudia los hechos de la vida común y corriente, de la cotidianidad que discurre sin objetivo conocido, pero también con lo que tiene de extraordinario e intenso. Aquello que se produce en las calles, plazas, sin obediencia a una lógica conocida, o contrario a las concepciones normativas y el mundo de las leyes. Por eso mismo, si la sociología

académica tiene como herramienta de aprehensión la racionalidad científica y sus conceptos, la sociología mundana tiene lo sensible, lo intuitivo, la imaginación y la abducción, que incluye una relación empática con lo racional.

Una sociología que explora el estudio de aspectos sociales que el pensamiento establecido había dejado fuera de toda experiencia sociológica y estética: como lo banal, lo frívolo, lo no útil, lo profano, y todo aquello que caiga en el terreno de lo corrupto, lo abyecto, lo repugnante. Esto no significa que se ubique al margen de la disciplina, sino que enfatiza su preocupación por lo excluido, los olvidados, las prácticas marginadas por la tradición sociológica, sea por consideraciones moralistas o científicas.

Pero la sociología mundana no sólo es aquella marginal que toma como objeto de estudio las interacciones sociales espinosas, impúdicas, traviesas, lúdicas, sino también aquella que es laica, seglar, efímera, terrenal. Aquella que ha perdido su carácter sagrado bañado por la monstruosidad de la vida, es decir con el *humus*, con lo residual.

Otro elemento de esta sociología es su relación grata con el vitalismo, con el saber vivir con el conocimiento sensual del mundo, el goce, el placer. Con todo lo que signifique ser humano y vivir en el filo entre lo sagrado y lo profano.

Es una sociología que asume su subalternidad frente a otras magnas porque se identifica con los subalternos y es para las personas que no tienen voz ni palabra en el escenario oficial; que no está en los medios de comunicación ni son históricos, aunque estos tienen sus aspectos mundanos que la historia se cuida de no escribir para que no pierdan su imagen sacra.

Es una sociología que se ocupa del contenido, pero le interesan más las formas cómo se expresan éstas. De ahí la importancia que le otorga a la apariencia.

Si la sociología convencional está relacionada a la modernidad, la sociología mundana está relacionada a la modernidad y a los parámetros humanos que ella ha dejado de lado. Si la modernidad instaaura un programa de racionalización de la existencia al servicio de la eficacia instrumental de la producción y el progreso, en esta otra brota lo simbólico, lo imaginario, la racionalidad mundana. Lo transgresivo en todo orden. Si el primero es prometeico, el segundo es dionisiaco.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Fuentes primarias

Diarios:

El Comercio años 1980-2008

Trome años 2002-2008

Aja

El Chino

Ojo

Correo

Fuentes secundarias

- | | | |
|------------------------|--------|--|
| Adorno, W.T. y otros | (1973) | <i>La disputa del positivismo en la sociología alemana.</i> Grijalbo, Barcelona. |
| Alberoni, Francisco | (1999) | <i>Los envidiosos.</i> Gedisa, Barcelona. |
| | (1993) | <i>El erotismo,</i> Gedisa, Barcelona. |
| | (1992) | <i>Amor y enamoramiento.</i> Gedisa, Barcelona. |
| Alonso de la Rocha, A. | (2003) | <i>Tristes chicas alegres: prostitución y poder en Buenos Aires,</i> Leviatán, Buenos Aires. |
| Arendt, Hannah | (1996) | <i>La condición humana,</i> Paidós, Barcelona. |
| Badinter, Elizabeth | (1994) | <i>XY, la identidad masculina.</i> Norma, Bogotá. |

- | | | |
|-------------------------|--------|--|
| Badiou, Alain | (1998) | <i>El ser y el acontecimiento</i> . Manantial. Buenos Aires. |
| | (2000) | Acontecimiento Nro. 19-20, Revista electrónica en www.grupoacontecimiento.com.ar |
| Bajtín, Mijail | (1993) | <i>La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais</i> , Alianza Universidad, Madrid. |
| Balandier, Georges | (1993) | <i>El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento</i> , Gedisa, Barcelona. |
| Baudrillard, Jean | (1998) | <i>De la seducción</i> , Cátedra, Madrid. |
| Bauman, Zygmunt | (2007) | <i>Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos</i> . FCE. México. |
| | (2001) | <i>La sociedad individualizada</i> , Cátedra, Madrid. |
| Bataille, Georges | (2001) | <i>La oscuridad no miente</i> , Taurus, Madrid. |
| Beck, Ulrich | (2001) | <i>La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad</i> . Paidós, Barcelona. |
| Beck, Ulrich y Beck, E. | (2001) | <i>El normal caos del amor. Las nuevas formas de la relación amorosa</i> , Paidós, Barcelona. |
| Berlin, Isaiah | (1965) | “Herder”, en <i>Eco</i> , revista de cultura de occidente, Bogotá. |

- | | | |
|----------------------|--------|---|
| Bloch, Ernest | (2004) | <i>El principio esperanza</i> , Trotta, Madrid. |
| Bourdieu, P. y otros | (1976) | <i>El oficio del sociólogo</i> , Siglo XXI, Madrid. |
| Bruce, Jorge | (2008) | <i>Nos habíamos choleado tanto. Psicoanálisis y racismo</i> . Universidad San Martín de Porras. Lima. |
| Ccopa, Pedro Pablo | (1992) | <i>Hacia la utopía urbano popular. Imágenes de la sociedad del futuro en los pobladores barriales de Lima (1989-1990)</i> . (Tesis de magíster en sociología PUCP). |
| | (1999) | <i>Eros liberado. Hostales y sexualidad en la Lima de los noventa</i> . T-Copia, Lima. |
| Cioran, M. | (1997) | <i>Breviario de podredumbre</i> , Taurus bolsillo, Madrid. |
| Coelho, Paulo | (2003) | <i>Once minutos</i> , Planeta, Bogotá. |
| Comercio, El | (1937) | El Comercio, 10 de agosto de 1937, p. 4. |
| | (1990) | <i>Clasificados</i> , sección 17. Profesionales y Empleados de El Comercio, 11 de julio 1990. |
| | (2005) | <i>Clasificados</i> , Sección b9, del 11 de mayo. |
| | (2006) | “La nueva belleza se vende en China”. Lima, 23 de setiembre, página A28. |

Comisión de la Verdad y Reconciliación	(2004)	<i>Hatun Willakuy</i> : versión abreviada del Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación. Lima.
Cox, Harvey	(1997)	<i>La fiesta de locos</i> , Península, Barcelona.
Chihu, Aquiles y López, Alejandro	(2002)	“Intuición y metáfora en Michel Maffesoli”, <i>Sociológica</i> , Nro. 50, UNAM, México.
Dávalos y Lisson, Pedro	(1909)	<i>La prostitución en la ciudad de Lima</i> . Imprenta La industria, Lima.
De la Garza, Enrique	(2001)	“La epistemología crítica y el concepto de figuración”, en <i>Revista Mexicana</i> Nro. 1, volumen 63, Enero-Marzo, Instituto de Investigaciones Sociales, México.
Descartes, René	(1968)	<i>Discurso del método</i> . Bruguera, Barcelona.
Dilthey, Wilhelm	(1984)	<i>Teorías de las concepciones del mundo</i> . Revista de Occidente, Madrid.
Douglas, Mary	(2007)	<i>Pureza y peligro. Un análisis del concepto de contaminación</i> . Nueva Visión, Buenos Aires.
Durand, Francisco	(2007)	<i>El Perú fracturado: formalidad, informalidad y economía delictiva</i> . Fondo Editorial del Congreso del Perú, Lima.

Durand Gilbert	(2004)	<i>Las estructuras antropológicas del imaginario</i> , FCE, México.
Durkheim, Emile	(1978)	<i>Las reglas del método sociológico</i> , La Pléyade, Buenos Aires.
	(1982)	<i>Las formas elementales de la vida religiosa</i> , Akal Editor, Madrid.
	(1982a)	<i>La división social del trabajo</i> , Akal, Madrid.
	(2000)	<i>La educación moral</i> , Morata S.L., Madrid.
Eagleton, Terry	(1997)	<i>Las ilusiones del posmodernismo</i> , Paidós, Barcelona.
Eco, U. y Sebeok T.	(1989)	<i>El signo de los tres. Dupin, Holmes, Peirce</i> , Lumen, Barcelona.
Eco, Umberto	(1993)	<i>El nombre de la rosa</i> , Editorial Lumen, Barcelona.
Elías, Norbert	(1995)	<i>Sociología fundamental</i> , Gedisa, Barcelona.
	(1994)	<i>Conocimiento y poder</i> . La Piqueta, Madrid.
Elliott, Anthony	(1997)	<i>Sujeto a nuestro propio y múltiple ser</i> , Amorrortu, Buenos Aires.
Elster, Jon	(2002)	<i>Alquimias de la mente. La racionalidad y las emociones</i> . Paidós, España.

Feyerabend, Paul	(1992)	<i>Tratado contra el método. Esquema de una teoría anarquista del conocimiento</i> , Tecnos, Madrid.
Foucault, Michel	(1995)	<i>Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber</i> . Siglo XXI, Buenos Aires.
Frisby, David	(1984)	<i>Georg Simmel</i> , FCE, México.
Flusser, Vilém	(1990)	<i>Hacia una filosofía de la fotografía</i> . Trillas, México.
Gadamer, Georg-Hans	(1996)	<i>La actualidad de lo bello. El arte como juego, símbolo y fiesta</i> , Paidós, Barcelona.
Galeano, Eduardo	(1994)	<i>El libro de los abrazos</i> . Siglo Veintiuno Editores, México.
García Márquez, Gabriel	(1985)	<i>Crónica de una muerte anunciada</i> , Seix Barral, Madrid.
	(2004)	<i>Memoria de mis putas tristes</i> , Norma, Bogotá.
Gay, Peter	(1992)	<i>La experiencia burguesa. De Victoria a Freud I. La educación de los sentidos</i> . FCE, México.
GenerAcción	(2005)	<i>Sexo por rebeldía. Entrevista a Marco Aurelio Denegri</i> . Revista Nro. 3, de abril 2005, Lima.

- | | | |
|-------------------------|--------|---|
| Geertz, Clifford | (1994) | <i>Conocimiento local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas</i> , Paidós, Barcelona. |
| Giddens, Anthony | (1997) | <i>Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad contemporánea</i> . Península, Barcelona. |
| Ginzburg, Carlo | (1989) | “Morelli, Freud y Sherlock Homes: Indicios y método científico”. En Eco, Umberto, y otros. <i>El signo de los tres. Dupin, Holmes, Peirce</i> . Editorial Lumen. Barcelona. |
| | (2000) | <i>El queso y los gusanos</i> . Muchnik, Barcelona. |
| | (1993) | <i>El juez y el historiador. Acotaciones al margen del caso Sofri</i> . Anay y Muchnik, Madrid. |
| Goethe, Johann Wolfgang | (1947) | <i>Fausto</i> . Sopena, Buenos Aires. |
| Goffman, Irving | (1993) | <i>La presentación de la persona en la vida cotidiana</i> , Amorrortu, Buenos Aires. |
| | (1991) | <i>Los momentos y sus hombres</i> , Paidós, Barcelona. |
| | (1970) | <i>Estigma. La identidad deteriorada</i> . Amorrortu, Buenos Aires. |
| Grassi, Ernesto | (1987) | “La prioridad del sentido común y la imaginación: la importancia filosófica de Vico |

- hoy en día”, en Tagliacozzo, G. (Comp.) *Vico y el pensamiento contemporáneo*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Habermas, Jürgen (1985) *La modernidad: un proyecto inacabado*. En Foster Hall. *La postmodernidad*, Kairos, Barcelona.
- Heller, Agnes (1982) *La teoría de los sentimientos*, Fontamara, S.A. Barcelona.
- Ibáñez, Jesús (1986) *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica*, Siglo XXI, Madrid.
- (1981) *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*, Siglo XXI, Madrid.
- Jameson, Fredric (1998) *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Manantial, Buenos Aires.
- Jáuregui, Lucy (ed.) (1996) *Mujer y prostitucion en nuestro medio*, Movimiento El Pozo, Lima.
- Juliano, Dolores (2002) *La prostitución: espejo oscuro*, Icaria, Barcelona.
- Le Breton, David (2002) *Antropología del cuerpo y modernidad*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Le Goff, Jacques (1999) *La civilización del Occidente Medieval*.

- Paidós, Barcelona.
- (1985) *Lo maravilloso y lo cotidiano en el Occidente Medieval*. Gedisa, Barcelona.
- Lipovetsky, Gilles (2000) *La tercera mujer. Permanencia y revolución de lo femenino*, Anagrama, Barcelona.
- (1996) *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona.
- (1998) *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Anagrama, Barcelona.
- MacLean, R. (2004) “Historia de putas y la justicia en la Biblia (Cómo las apariencias, los prejuicios, los casilleros mentales, los estereotipos, los lugares comunes, las frases hechas y los clichés nos impiden ver la realidad, y reformar la Justicia)”, en *Derecho & Sociedad* Nro. 23. Facultad de Derecho PUCP, Lima.
- Maffesoli, Michel (2004) *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. Fondo de Cultura Económica, México.
- (2004a) *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Siglo XXI, México.

- (2203) “El imaginario social”, en revista *Anthropos. Huellas del conocimiento*. Nro. 198, Barcelona.
- (2003) “Michel Maffesoli; reivindicación de lo banal”. Entrevista de Ángel Enrique Carretero, *Revista de Occidente*, Madrid.
- (2001) *El instante eterno. El retorno del trágico en las sociedades posmodernas*, Paidós, Buenos Aires.
- (2000) “Posmodernidad e identidades múltiples”. Entrevista, en *Sociológica* Nro. 43, Mayo-Agosto 2000, Revista del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana.
- (1999) *De la orgía: una aproximación sociológica*. Barcelona, Editorial Ariel.
- (1997) *Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo*, Paidós, Barcelona.
- (1993) *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*, FCE, México.
- (1982) *La violencia totalitaria. Ensayo de antropología política*. Herder, Barcelona.

Marqués de Sade	(1948)	<i>La filosofía en el tocador.</i> D.A.F. Buenos Aires.
Martínez, Gregorio	(2004)	<i>Libro de los espejos: 7 ensayos al filo del catre.</i> Peisa, Lima.
Martínez, Miguel	(2004)	<i>Ciencia y arte en la metodología cualitativa,</i> Trillas, México.
Martuccelli, Danilo	(2007)	<i>Lecciones de sociología del individuo.</i> Cuadernos de trabajo Nro. 2, Dpto. de Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
Maturana, Humberto	(1997)	<i>La objetividad. Un argumento para obligar.</i> Dumen Ediciones, Chile.
Merton, Robert	(1987)	<i>Teoría y estructura social,</i> FCE, México.
Molina, Ángel Luis	(1998)	<i>Mujeres públicas, mujeres secretas (La prostitución y su mundo: siglo XIII-XVII),</i> KR, Murcia.
Morin, Edgar	(2005)	<i>La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento.</i> Nueva visión. Buenos Aires.
	(2003)	<i>El método. La humanidad de la humanidad.</i> Cátedra, Madrid.

- (1998) *Amor, poesía, sabiduría*. Editorial Magisterio, Colombia.
- (1998) *El método. La vida de la vida*. Cátedra, Madrid.
- (1999) *El método. La naturaleza de la naturaleza*, Cátedra, Madrid.
- (1999) *El método IV. Las ideas*. Cátedra, Madrid.
- (1994) *El método. El conocimiento del conocimiento*. Cátedra, Madrid.
- (1995) *Sociología*. Editorial Tecnos, Madrid.
- (1972) *El cine o el hombre imaginario*. Seix Barral, Barcelona.
- Nencel, Lorena (2000) *Mujeres que se prostituyen: género, identidad y pobreza en el Perú*, Flora Tristán, Lima.
- Osborne, Raquel (2004) *Trabajadoras del sexo: Derechos, migraciones y tráfico en el siglo XXI*, Bellaterra, Madrid.
- Ostrovski, Nikolai (1964) *Así se templó el acero*, Progreso, Moscú.
- Perú 21.com (2005) *De frente y sin máscara*, Domingo 2 de enero del 2005, p. 14.

- | | | |
|-----------------------|--------|--|
| Pintos, Juan Luis | (1995) | “Orden social e imaginarios sociales (Una propuesta de investigación)”, <i>Papers: Revista de sociología</i> Nro. 45, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. |
| Popper, Karl | (1992) | “Epistemología sin sujeto cognoscente”. En <i>conocimiento objetivo. Un enfoque evolucionista</i> . Editorial Tecnos, Madrid. |
| Portocarrero, Gonzalo | (2001) | “Nuevos modelos de identidad en la sociedad peruana (hacia una cartografía de los sentidos comunes emergentes)”. En el libro producido conjuntamente con Jorge Komadina. <i>Modelos de identidad y sentidos de pertenencia Perú y Bolivia</i> , IEP, Lima. |
| Prigogine, Ilya | (1997) | <i>El fin de las certidumbres</i> . Taurus, Madrid. |
| | (1998) | Entrevista en diario La Nación, Santiago de Chile. http://lanacionline.com.ar |
| Ramírez, Mario Elkin | (2000) | <i>Aporías de la cultura contemporánea</i> . Universidad de Antioquía. Colombia. |
| Ranum, Orest | (1991) | “Los refugios de la intimidad. La distinción a través del gusto”. En Aries, P. Y Duby, G. <i>Historia de la vida privada</i> , Tomo 5, Taurus, Madrid. |
| REIS Nro. 68 | (1995) | <i>Monografía sobre: Perspectivas en sociología del cuerpo</i> . CIS, Barcelona. |

- | | | |
|--------------------|--------|---|
| Rouillarard, D. P. | (1989) | <i>Diccionario de los Santos de cada día.</i> Oikos-Tau, Barcelona. |
| Rorty, Richard | (1996) | <i>Objetividad, relativismo y verdad.</i> Paidós, Barcelona. |
| Santa Biblia | (2004) | “Génesis”. En el <i>Antiguo Testamento</i> , Sociedad Bíblica Unida. |
| Sansot, Pierre | (1999) | <i>Del buen uso de la lentitud,</i> Tusquets, Barcelona. |
| Sartre, Jean Paul | (1987) | <i>La imaginación.</i> Sarpe, Madrid. |
| | (1964) | <i>Lo imaginario. Psicología fenomenológica de la imaginación,</i> Losada, Buenos Aires. |
| Shohat, Ella | (2002) | <i>Multiculturalismo, cine y medios de comunicación: crítica del pensamiento eurocéntrico.</i> Paidós, Barcelona. |
| Simmel, Georg | (2002) | “La coquetería”. En <i>Sobre la aventura. Ensayos de estética.</i> Península, Barcelona. |
| | (1977) | “El problema de la sociología”, en <i>Sociología I.</i> Alianza, Madrid. |
| | (1977) | “El secreto y la sociedad secreta”, en <i>Sociología I.</i> Alianza, Madrid. |

- (1986a) “Fragmento sobre el amor”, en *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Península. Barcelona.
- (1986b) “La significación estética del rostro”, en *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Península. Barcelona.
- (1950) *Schopenhauer y Nietzsche*, Ediciones Anaconda, Buenos Aires.
- (1950) *Rembrandt, Ensayo de filosofía del arte*. Editorial Nova, Buenos Aires.
- (1950) *Intuición de la vida*, Editorial Nova, Buenos Aires.
- (1950) *Problemas de filosofía de la historia*, Editorial Nova, Buenos Aires.
- (1949) *Goethe*, Editorial Nova, Buenos Aires.
- Temprano, Emilio (1995) *Vidas pocos ejemplares. Viaje al mundo de las ramera, los rufianes y las celestinas (siglos XVI-XVIII)*
- Thompson, E.Palmer (1988) *William Morris: de romántico a revolucionario*. Alfons El Magnanim, Valencia.

Tibón, Gutierre	(1986)	<i>Diccionario de nombres propios.</i> FCE, México.
Tonnies, Ferdinand	(1947)	<i>Comunidad y sociedad.</i> Losada, Buenos Aires.
Turner, Bryan, S.	(1989)	<i>El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría sociológica.</i> FCE, México.
Verene, D. P.	(1987)	“La filosofía de la imaginación de Vico”, en <i>Vico y el pensamiento contemporáneo</i> , Tagliacozzo, FCE. México.
Vico, Giambattista	(1987)	<i>Ciencia nueva. En torno a la naturaleza común de las naciones.</i> FCE, México.
Wagensberg, Jorge	(1998)	<i>Ideas para la imaginación impura. 53 Reflexiones en su propia sustancia.</i> Tusquets, Barcelona.
Wellmer, Albrecht	(1995)	<i>Sobre la dialéctica de modernidad y posmodernidad. La crítica de la razón después de Adorno.</i> Visor, Barcelona.
Wallerstein, Immanuel (s/f)		<i>Universalismo, racismo y sexismo, tensiones ideológicas del capitalismo</i> , en Raza, nación y clase. Libro electrónico en http://books.google.com.pe/books?hl=es&id=hkx00p6YkoEC&dq=balibar&printsec=frontcover&source=web&ots=t27Chrh3Az&sig=NPKiQl28y2hD1UHc5MmDs1-

kaKs&sa=X&oi=book_result&resnum=10&ct
=result#PPA49,M1

Weber, Max (1984)

“Las relaciones sexuales en la comunidad doméstica”, en *Economía y sociedad*, FCE, México.

Wiesse, Leopoldo

(1993)

“Lo social, en la vida y el pensamiento”.
Revista Española de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Zizek, Slavoj

(1994)

Las metástasis del goce. Seis ensayos sobre la mujer y la causalidad, Paidós, Buenos Aires.

(1999)

El acoso a las fantasías. Siglo Veintiuno Editores, México.

“La medida del verdadero amor es: puedes insultar al otro”. En ([www.Otro Campo](http://www.OtroCampo.com)). Entrevistas. Entrevista a Slavoj Zizek.

(1998)

“Las cabezas parlantes”, en *Violencia en el acto*. Conferencia en Buenos Aires, Paidós, Buenos Aires.

(2004) “El cine espejo de censura e ideología”. Entrevista en diario *La Nación* de Buenos Aires, domingo 2 de mayo.

ANEXO 1

ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN ANUNCIOS DE OFERTAS SEXUALES DIARIO EL COMERCIO

PROVINCIANAS

LUGAR DE ORIGEN		ESTEREOTIPOS
Amazonas	Son	-Bellas ladies, atención ejecutivos, turistas
Cusqueña	Son	-Masaje inca
Charapas o charapitas	Son	-Bella, blanquísima, sensualísima. -Rica charapita (18) cariñosa, coqueta, sensual ¡finísima! -Linda blanquita 18 añitos cuerpo rostro d/impacto cariñosa.
Norteñas	Son	-A/caballeros discretos, realizamos sueños, s/especial.
	Soy	-Universitaria de vacaciones
Tarapotina	Son	-Blanquita amorosísima, sin límites s/especial (accesorios) -s/encanto lindísima blanquita, 18 años supertraviesa, lindo derrier.
Trujillanas	Son	-Universitarias de vacaciones comparten experiencias a/caballeros 24 horas. -Lindas superfabulosas, atiende a caballeros exigentes.
Yurimahuina	Son	-Bellísima, cuerpo espectacular, trato especial

ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN ANUNCIOS DE OFERTAS SEXUALES

DIARIO EL COMERCIO

EXTRANJERAS ORIGEN		ESTEREOTIPO
Alemana	Son	-Preciosa modelo d/pasarela, blanquísima (18 a.). pecosita ojiceleste. -Blanquísima nena 18 años, ojiverde cuerpo irresistible. -Espectacular, guapísima 1.75cm, blanquísima.
Árabe	Son	-Bellísima (18) Modelo conocida d/comercial Blanquísima A1 exuberante.
Argentina	Son	-Gringuita delgadita (18) 100% bonita. -Genuina modelo (19) rubia espectacular. -Rubia castaña, exuberante, esbelta b/pompis. -Angelical belleza (22), bonaerense espectacular. -19 años, espectacular, rubia preciosa, belleza sensual, relax total. Cariñosa. -Belleza total, rubia, nena espectacular, 42B. -VIP blanquita pecosa 22 años, 1.75 exuberante s/A1. -Angelical blanquísima 1.75 ojiverde naturales, atrevida, t/pareja. -Rubias, altas, espectaculares, ojiverdes b/pompis s/completo.
Brasil / Garota	Son	-A-1, cuerpo d/impacto, sólo para ti que eres exigente.
Bolivianita	Son	-Bellísima bonito cuerpo lencería.
Caribeña	Son	-Preciosa morocha, supersensual, espectacular figura.

Colombiana	Son	<p>-Preciosa rubia d/Bogotá muñeca infartante, cuerpo de ensueño. De Medellín.</p> <p>-Exuberante muñequita, exuberante canelita 1.75 cm, t/vedette, escultural, sensual.</p> <p>-Irresistible rubia (18) d/infarto, cuerpo dorado absoluto placer.</p> <p>-Impactante figura, recién llegada c/perfecto, a/exclusiva.</p> <p>-Hermosa anfitriona A1 modernísima. Rostro angelical T.pareja servicios especiales.</p> <p>-Guapísima canelita (25) t/vedette 1.75, exuberante m/sensual.</p> <p>-Espectacular figura esbelta guapísima 1.70 blanquísima.</p>
Cubana	Son	T/Modelo piel canela cariñosa.
Chilenita	Son	<p>-Exclusiva pecosita liberal.</p> <p>-Anfitriona T/Malboro P/Empresario turistas solventes.</p> <p>-Encanto de mujer sureña blanquísima.</p>
Chinita	Son	-Hermosísima anfitriona (18) blanquísima angelical d/maravillosa figura.
Dominicana	Son	Negrita bella modelo espectacular de fino rostro.

Española	Son	-Hermosa modelo A1 figura d/impacto. -Belleza total, blanquita, 1.70 cm 18 años.
Holandesa	Son	-Bellísima anfitriona, espectacular d/impresionantes medidas Blanquísima.
Húngara	Son	-Belleza total, rubia, 18 años, 1.70.
Italiana	Son	-Exclusiva modelo distinguida belleza, supersexy. -Modelo rubia (19) 1.70 cm Europea.
Japonesa	Son	-Hermosísima (18), blanquísima, angelical, maravillosa figura. -Guapísima, escultural, exuberante, blanquita, fitness, finísima. -Dulce, bella A1 auténtica t/vedette, s/especial. -T/vedette, trato de amante sin limitaciones servicio especial.
Latinas (bellezas)	Son	-Inigualables señoritas glamour y belleza empresarios, turistas.
Paraguaya	Soy	-Genuina modelo top.
Ucraniana	Son	-Bellos ojos azules. Blanquísima 1.80 cm. Incomparable.
Uruguay	Son	-Preciosa modelo extranjera, incomparable belleza. -Rubiecita relinda (22), riquísima tentación. d/Punta del Este. -Gringa espectacular (no engaña). -Preciosa, rubia, supersensual despampanante figura.
Venezolana	Son	-No apto p/cardiacos, exclusiva modelo, modelo bellísima, c/espectacular. -Exuberante liberal. -Señora venezolana, exuberante, liberal. p/empresarios.

ANEXO 2

ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN ANUNCIOS DE OFERTAS SEXUALES DIARIOS POPULARES PROVINCIAÑOS

LUGAR DE ORIGEN		ESTEREOTIPOS
------------------------	--	---------------------

Amazonas	Soy	-Expertas en las artes del amor.
Cajamarquina	Soy	-Blanquita, cariñosa y complaciente. -Cariñosa, insaciable.
Cusqueña	Soy	-Blanquita, devoradora, da más de lo que pides, 100% complaciente, cuerpo de impacto.
Charapas o charapitas		-Ardiente, supercariñosa, supercomplaciente, servicio completo. -Sexy, dulce, insaciable, fogosa. -Full golosa, sensual, arde de deseos, cariñosa. -Linda, 19 añitos, curvas impactantes, potoncita, piernona. -Desnudo total.
Chiclayana	Soy	-Preciosa, exuberante, formadita, amorosa.
La Merced	Soy	-Rica charapita.
Loretana	Soy	-Soy caliente como mi tierra. -Sensual, complaciente, fogosa.
Norteña/norteña	Soy	-Bonita. -Doy todo.
Oxapampina	Soy	-Blanquita, 100%coquetona, sensual, superardiente -Alta 1.68.
Piuranita/piurana	Soy	-Bonita, piel canela, caliente. -Sexy piel canela, golosa, servicio completo. -Bonita, rica y golosa.
Pucallpina	Soy	-Blanquita, ardiente, t/pareja. -Colita golosa, trato de amante.
Sra. Iquitos	Soy	-Ardiente, fogosa, servicio completo, t/pareja. -Audaz: te espero calatita. -Blanquita, 40B brasier.
Tarapotina	Soy	-Blanquita, bustoncita, quebradita, caderona. -Golosa, 18 a. sensual, cariñosa, amorosísima, sin límite, servicio especial.


Tingo Maria	Soy	-Hermosa y ardiente -Sexy
Ucayalina	Soy	

ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN ANUNCIOS DE OFERTAS SEXUALES DIARIOS POPULARES

EXTRANJERAS

ORIGEN		ESTEREOTIPO
Alemana	Soy	-Riquísima, blanquita, rubia, tamaño 1.70, 38 busto, cintura pequeña, potoncita.
Argentina	Soy	-Rubia, ojos verdes, blanquita.
Colombiana	Soy	-Exuberante, muy sensual como ninguna. -Exótica, espectacular, impresionante, baile sensual, bella, sexy, superardiente.
Chilenita	Soy	-Piel blanca, tamaño 1.75, de buena figura.
Ecuatoriana (Sra.)	Soy	-Servicio completo.
Extranjera	Soy	-Rubia, blanquísima, tamaño 1.71, potoncita, piernona, servicio especial, t/pareja.
Italoperuana	Soy	
Iqueña	Soy	Lindísima, complaciente, buena figura.
Latinas (bellezas)	Soy	-Hermosa, sexy, brinda toda clase de fantasías, jovencita.
Paraguaya	Soy	-Blanca, lindas piernas, 1.71 cm. 38 B brasier -Ardiente como mi tierra, superfogosa.
Venezolana	Soy	-Linda, blanquita, potoncita 110 de cadera, cuerpazo, quebradita.

ANEXO 3

007, 19:37:25		
Harry Morgan  Usurious Baneado.		Fecha de Ingreso: Dec 2006 Ubicación: The Matrix Mensajes: 156 Infracción: 0/2 (24)
Astrid- Gracias Sr. Moderador		
<p>Gracias a una recomendacion del Sr. Moderador me dije por q no?, asi q junte mis fichas rompi el chanchito ,me afeite me perfume y enrumbe, antes de eso llame y me dijeron la clasica q llame desde la Pettit Thouars con Javier Prado, bueno hay me dieron la direc exacta, en realidad buscaba a Olenka, no concia ni a Olenka ni ah Astrid, bueno salio Astrid al momento q la vi dije woooooooooo!</p>		
<p>1.- Tipo de Chica - Categoría: Rica, no muy alta blanca no tanto, chica de instituto de turismo.</p>		
<p>2.- Edad: Me dijo 18 le creo se nota chibola.</p>		
<p>3.- Cara: Si Bonita y concuerdo q se parece a la hermanas cayo, pero q ricaaaaaaaaaaaaaa.</p>		
<p>4.- Talla: 1.60 no muy alta</p>		
<p>5.- Senos:Lo mejor, me gustaron sus pechos, se deja mamarlos y sobarlos se excita cuando se los manosean, blancos, unos señores pechos y naturales.</p>		
<p>6.- Cintura / barriga: flakita, lo maximo</p>		
<p>7.- Caderas / derrier: en el espejo se nota sus caderitas contorneadas,uhmmmmmmm</p>		
<p>8.- Piernas / pies: Piernas flacas acordes a su contextura, pies pequeños.</p>		
<p>9.- Piel: Blanca, tmb concuerdo con las marcas en los senos pero se ve bien, me fascina asi.</p>		
<p>10.- Tatuajes / seña característica: Ninguno, tiene lunarcitos en su mejilla, le cante ese lunar q tienes.....! jajajajaja, me dijo q le gusta más el del hombro, eso fue cuando le estaba dando de costado.</p>		
<p>11.- Aseo personal: Sentí un olorcito raro en su culo, pero pasa desapercibido.</p>		

de la mami creo, una culona peli negra y otra gringa taba buena me la queria clavar a ella, estaban haciendo adornos, Astrid me dijo q iba a ver una matine, juatssssssss, no joden , el baño esta afuera, arriba al pareceer tmb hay cuarto es una escalera en ovalo, no subi nos quedamos abajo un cuarto al costado del baño, un cuarto divido tripley, espejo y una repisa, aunque esa camita suena mucho.

24.- Volveria?: De ley, esta rica.

25.- Puntaje final: uhmm no soy bueno en el puntaje sera 7.

Gracias totales, estoy secoooooooooo.me vacie por completo, mi alma se quedo con Astrid

ANEXO 4

México

LO QUE HACE QUE LOS ANUNCIO SEAN MUY NUESTRO

Mujer insaciable guadalajara



me llamo anita y estoy en guadalajara te espero desnudita y con el coño muy caliente por meter una polla ser penetrada por delante y por detras me movere tanto follando contigo que me pidiras mas y te lo dare llamame amor mi telefono es 663 521412

Fecha : 12/12/2007

Movil : 663521412

Ciudad : Guadalajara

Provincia : Guadalajara

Comunidad : Castilla La Mancha

Pais : España

Chile

**WWW.REDEPAREDE.CL soy /////claudia///// una
bella mujer que espera para darte el mejor relax,
(providencia)**

Publicado en: Miercoles, 26 Diciembre, 2007 12:16

Contestar a: *(Use la forma de contacto localizada abajo)*

**WWW.REDEPAREDE.CL soy /////claudia///// una bella mujer
que espera para darte el mejor relax, Mezcla el masaje corporal**

terapéutico normal y el masaje sensitivo.este Basado en técnicas orientales donde mediante la combinación de las dos técnicas se obtiene: 1.- Relajación muscular profunda con aplicación de reflexologia masajes con mis piernas,(ESTO SI ME LO PIDES) 2.- Masaje erótico, con los pechos de la masajista sobre tu cuerpo,tambien com mi pelo largo, técnicas de excitación con los labios y una descarga sexual plena.no te arrepentiras estoy en LA SONA DE` PROVIDENCIA en un lugar comodo CON DUCHA Y TE LO REALIZO EN CAMA y TAMBIEN con lugar para tu coche, SALE 15.000 DURANTE EL DIA Y DESPUES DE LAS 21 HORAS 20.000 Y SI QUIERES ALGO MAS TAMBIEN ESTO POR 15.000 O 10.000 MAS ,mi tel:09-1309215.mis fotos en clasichile.co y en parejassexy.cl tambien yaclasificados.com

Chile

Garganta Profunda. (SAntiago centro.)

Publicado en: Viernes, 26 Enero, 2007 16:24

Contestar a: *(Use la forma de contacto localizada abajo)*

Hola mi nombre es Katia soy una mujer madura de 45 años trigueña y bien conservada, me gusta el sexo en todas sus formas (menos anal), llámame o escíbeme para contarte en que consiste y donde nos podemos juntar para que disfrutes a una

mujer de verdad, prueba la experiencia y no te dejes engañar por avisos con fotos falsas de lolas que lo único que quieren es terminar luego, mi especialidad es el oral y puedes terminar en mi boquita si lo deseas, sin apuro y todos los contactos que quieras o puedas yo te ayudo a recuperarte, tengo mis secretos,

Si lo deseas puedo atenderte con lencería especial (ropa erótica negra, blanca o roja, portaligas, etc.).

Un besito y una chupadita virtual a todos los califas de Santiago y sus alrededores.....

Katia la Madura Caliente.

Argentina

mujer ardiente y en celo jijijiji

Publicado en: Miercoles, 26 Diciembre, 2007 14:19

Contestar a: *(Use la forma de contacto localizada abajo)*

HOLA CHIKOS soy una mujer bn pero bn ardiente y caliente jejeje...me llamo KIKI, no soy **, ni una mujer barata pero si una mujer con clase!! Me gusta el tema del sexxo, y me gustaria**

conoser el hombre q me puede mover el mundo en muchas direcciones jejej ouiiii me moje...me gustaria q el hombre q me va a mojar el palitroki q sepa manejar a una mujer!! ya me vine q riccoooo!! ah ya q me moje, mira si tu kieres chatiar conmigo amor agregame a mi msn q es LAPERRAENCELO@LIVE.COM.AR

PS: Kisas tenga una sorpresa para ti ya q tengo mis panties humedos y mojaditos en mis jugos naturales muaaaaaaaaaaaaaaaaa con toda humedad KIKI , no me gustan los losers si eres no me contactes

(Miami)

CARMEN,JOVENCITA DE 21 AÑOS CACHONDA Y ARDIENTE, CULITO REDONDITO

Publicado en: Miercoles, 19 Diciembre, 2007 15:28

Contestar a: *(Escondido)*

**HOLA,SOY CARMEN, UNA JOVENCITA DE 21 AÑOS, MUY
SIMPATICA Y DIVERTIDA, TAMBIEN MORBOSA Y SEXY!!
SOY DELGADA CON MUY BUEN CUERPEZITO Y UNA CARA
PRERCIOSA ,QUE NO OLVIDARAS!**

DESEO HOMBRES QUE ME HAGAN EL SEXO SIN LIMITES Y QUE ME PENETREN FUERTE Y RAPIDO HASTA LLENARME ENTERESITA CON TODA SU LECHE Y SU PLASER, TAMBIEN ME ENCANTA QUE ME VEAN JUGAR CON MIS JUGUETITOS HASTA QUE ME CORRA TODITA jeje...:p

SI QUIERES CORRERTE COMO NUNCA CONMIGO... ESTOY DISPUESTA A CORRERME TODITA SOLO PARA TI. CONTACTAME POR MSN

carmensexysativa@hotmail.com

Argentina

SOY GRACIELA TUCUMANA VIVO EN LANUS TU PUTITA TOTALMENTE GRATIS LAS 24 HORAS LLAMAME 1541918442 (MAYPU 388 PLANTA BAJA- A - CAPITAL FEDERAL)

Publicado en: Martes, 25 Diciembre, 2007 21:26

Contestar a: *(Use la forma de contacto localizada abajo)*

SI LEISTE BIEN NO COBRO NADA , NADA , Y SI MIENTO ME PEGAS UNA CACHETADA QUE ME GUSTA QUE ME COJAN Y ME PEGUEN SOY COMPLETITA ME GUSTA POR EL ORTO LLENARME DE

LECHE O TE TRAGO TODA LA LECHITA Y SI BIENEN DE ADOS ME
ENCANTA DOBLE PENETRACION O ESTOY CON MI AMIGUITA
PARAGUAYA QUE LE ENCANTA LAS FIESTITAS JUNTAS TENGO 35
AÑOS SOY RUBIA INSASIBLE NO ME CANSO NUNCA DAME LO
QUE TIENES PAPY 1541918442 24 HORAS

Perú – Lima

PIA EXOTICA Y ARDIENTE CHARAPITA AL 91546453 (CON VIDEO)

Publicado en: Miercoles, 28 Noviembre, 2007 07:23

Contestar a: *(Use la forma de contacto localizada abajo)*

HOLA SOY PIA UNA LINDA CHARAPITA RECIEN LLEGADITA DE SU TIERRA
QUERIDA A BRINDARTE CALOR Y MUCHA PASION TE TRATARE COMO MI
ENMORADO Y MAS AUN COMO TU TE MEREDES SOY MUY COMPLACIENTE EN
TODO REALIZO TAMBIEN DUOS , DOMINACION, LESVIANISMO ETC CUENTO
CON UN DEPARTAMENTO RTECONTRA PRIVADO SOLO LLAMAME AL 91546453
NO TE AREPENTIRAS DEL TRATO AMOR. TENGO MI VIDEO MOVIENDO MIS
CADERAS EN WWW.BOMBONCITASPERU.TK

<http://www.bomboncitasperu.com> »

[illegible]



Patty
Charapita
Debutante
18 años 20
97248410
Ovalito Huandoy



DESSIRE
TODO...
Modelo
Exclusiva
7954938
CANADA Y CIRCUNVALACION



FABIANA
HOSTALES 24 HORAS
EROTICA
SEXY GATITA
PECHOS DURITOS
CINTURA Y COLITA
ARDIENTE
S/35
7804091
CDRA 19 CANADA



FLOR Blanca
Sin apuros
Trato de Pareja
Cruce Tomas Valle
C/Universitaria
795-8131



Nicoli CARINA
19 años
7 DE CHIMU
20
9-9pm
780-3190 ALT. 4 ARENALES
9362-12827/805-2409



PANAMERICANA NORTE
20
Te complasco
En todo
Somos sexys
y ardientes
2DA. DE PRO
781-4262
SE RECIBE AMIGAS



Olenka VIP
Preciosa Charapita
15-19 años
Blancas, Castañas
7993418
1era Cdra.
HABICH UNI



LESLY
25
Finísima Sra (19)
Sult Privada
OVALO STA ANITA
PLAZA VEA
93128583
795-4523
NEC. AMIGUITA



PATY ZULY
Sexy 19A (22)
Charapita
Blancita
20
781-2940 7816812
ELEKTRA
VITARTE



LUNA
18 años
Sensual
T/Amante
OVALO
STA ANITA
(PLAZA VEA)
7817094 / 93128583



Charapita VIP
Exhuberante
Srta. 40B
Caderona
Cruce Tomas Valle
Con Universitaria
7930813



MORENA DIANA
19 años
HOTEL
50
50
799-9515 9633-0671



NENAS
Lindas
Jovenitas
Elegantes
Ardientes y
Apasionadas
Llamame!!!
781-6944
795-1547
792-0050
San Juan de Miraflores



SRA. IVON
Rica
Charapita
Apasionada 1/2 HORA
793-1215
AV. ANGAMOS ESTE



RUBI KAROL
20
Debutante (18 años)
Mujercita
Blanca
20
7808911 7809885
7967206
CDRA 5 HERODES S.J.M.



FLOR ZULY
Joven
22 años
Triguilana
Completa
Solita 1/2 HORA
PLAZA BOLOGNESI
7816812
VITARTE



LUANA
19 años
Blancita
Exhuberante
22
CARLOS IZAGUIRRE
C/UNIVERSITARIA
93128584
780-3039



EMILY BARBARA
7803757
Fogositita
Charapita
18
Hop. Maria
Aureliana
VAL. T.
7808102



MALU
18 años
Jovenita
25
OVALO STA. ANITA
PLAZA VEA
93128584
7802588



MALENA
QUERRADITA
BONITO
ROSTRO
PIERNONA
35
5936014
SAN ISIDRO
J. PRADO Cdra 6



ANITA TATIANA
Sra. Joven
Charapita
Fogosa
20
PLAZA BOLOGNESI
7949097 7933121
97092127 91533330



PATY YENY
Sra. Joven
Charapita
Blancita
20
781-2940
ELEKTRA
VITARTE
24 HORAS



Sra. Karina
Ovalito
25
Blancita
Bonita y Fogosa
vivi complasco
Rica 1/2 Hora
795-3829
28 JULIO WASHINGTON



ANAÏS
Debutante
Bonita y Fogosa
vivi complasco
781-3141
OVALO
INFANTES



DEYSI
7982783
Fogositita
Potoncita
Fogositita S/1
7805226
ALT. HOSP. MARIA V.M.T.
AUXILIADORA



LADY'S HOT
Gatitas
Exhuberantes
Super
sensuales
Dispuestas a
complacer
todas tus
ansias
Duos y
Despedidas
Hoteles y
Domicilio
NECESITO SEÑORITAS
424-5100
9056-3003



Rubi
Blancita
20
PECHOS ROSADITOS
LUN-DOM 9-10PM
COMAS
PASCANA
9157-7539



Susan
Solita
20
CDRA. 5 Y 6
PEDRO MIOTTA
CORRA 6 AV. SAN JUAN
9209-6163 ALT. IPD-SJM
9114-7528 780-6191



SLIM
DESNUDA
TOTAL
TRATO
D/AMANTE
18
VANESSA
781-0985
DESNUDA COMPLETA
CINE TUPAC AMARU
RELIQUIOS COMAS
URGENTE
NECESITO AMIGA
780-2835



PANAM NORTE
PILAS
BEBORA
SANDY
OLIMPIA
793-4108
CINE TUPAC AMARU
RELIQUIOS COMAS
URGENTE
INTERESTO AMIGA



VERO
EL MEJOR
SERVICIO ESPECIAL
BONITO CUERPO
781-7013
CINE TUPAC AMARU
RELIQUIOS COMAS
URGENTE
INTERESTO AMIGA



Mia Duos
Srs Jovenitas
de 18 a 20 blancitas
super carifosas
trato de pareja
793-9396
CDRA. DE HABICH CON LA UNI



CHORRILLOS
20
PARQUE TUPAC
9048-2867
CT SJM
781-2639



CIELITO
20
NECESITO
AMIGAS
791-0263
799-0173
PEDRO LOS POSTES



KAREN
20
Bellísima Charapita
Super Complacida
NEC. AMIGA
L-D 8AM-9:30PM 1/2 hora
780-8056
14 Tomas Valle



LINDA
20
Belleza Charapita
Exclusiva
25 Las Flores S.J.M.
2 NENITAS
Potoncitas
18 años 38B
Solitas
P. 5 LAS FLORES S.J.M.



Andrea's
Sexy
Mujercita
Excelente serv.
Fijo: 793-3366
792-5124
Cell: 9740-0092
PLAZA BOLOGNESI



AMBAR
20
SIN APURO
FOGOSA T/PAJEJA
793-3438
9304-3604
PEDRO LAS FLORES S.J.M.



Any
40B BRASIER
Vestidos Serv. Especial
ALT. ELEKTRA VITARTE
792-9886



JADE
25
Sexy
SOLITA
22 42B
37 AV. PERU MEXICO COMAS
9034-4172 525-0860



CAROLINA
25
INAUGURACION
SAUNA LOS ANDES
RELAX TOTAL C/SEÑORITAS A.M.
Cinco la diferencia complacida
Cinco la diferencia complacida
Cinco la diferencia complacida
ESTACIONAMIENTO VIGILADO
AV. LOS ANDES 426 Mz. B LT. 26
ALT. MEGALAZA COSTADO ROYAL PLAZA
NEC. AMIGA
369-8105



FRANCIS
22
ALT. CINE
TUPAC AMARU
BELLAUNDE
COMAS
SERVICIO ESPECIAL
AV. PERU SMP
9304-8775 9537-1915



PATY Crystal
12
DEBUTANTE
SI APURO
TRATO D/PAJEJA
781-0477
ALT. 18 Petit
BOULEVARD
RETABLO



KIARA
20
DEBUTANTE
SI APURO
TRATO D/PAJEJA
780-5796
C/STA NUEVA ATE VITARTE
791-4839



SARA
12
BOULEVARD
781-1265
18 P. THOUARS 796-0932



MIL
15
MERCADO
LAS BRISAS
VITARTE
794-0910



TOMASA
12
28 DE JULIO
WASHINGTON
780-8240 780-8129 793-2022



HUASCAR
12
VALLE ALT. 49
781-4010 780-9565



RUBI
20
cajamarquina
Lun-Sab
NEC. AMIGA
Alt. 40 Av. Peru
780-5948



Mia Duos
Srs Jovenitas
de 18 a 20 blancitas
super carifosas
trato de pareja
793-9396
CDRA. DE HABICH CON LA UNI



CHORRILLOS
20
PARQUE TUPAC
9048-2867
CT SJM
781-2639



CIELITO
20
NECESITO
AMIGAS
791-0263
799-0173
PEDRO LOS POSTES



KAREN
20
Bellísima Charapita
Super Complacida
NEC. AMIGA
L-D 8AM-9:30PM 1/2 hora
780-8056
14 Tomas Valle



LINDA
20
Belleza Charapita
Exclusiva
25 Las Flores S.J.M.
2 NENITAS
Potoncitas
18 años 38B
Solitas
P. 5 LAS FLORES S.J.M.



Andrea's
20
Sexy
Mujercita
Excelente serv.
Fijo: 793-3366
792-5124
Cell: 9740-0092
PLAZA BOLOGNESI



AMBAR
20
SIN APURO
FOGOSA T/PAJEJA
793-3438
9304-3604
PEDRO LAS FLORES S.J.M.



Any
40B BRASIER
Vestidos Serv. Especial
ALT. ELEKTRA VITARTE
792-9886



JADE
25
Sexy
SOLITA
22 42B
37 AV. PERU MEXICO COMAS
9034-4172 525-0860



CAROLINA
25
INAUGURACION
SAUNA LOS ANDES
RELAX TOTAL C/SEÑORITAS A.M.
Cinco la diferencia complacida
Cinco la diferencia complacida
Cinco la diferencia complacida
ESTACIONAMIENTO VIGILADO
AV. LOS ANDES 426 Mz. B LT. 26
ALT. MEGALAZA COSTADO ROYAL PLAZA
NEC. AMIGA
369-8105



FRANCIS
22
ALT. CINE
TUPAC AMARU
BELLAUNDE
COMAS
SERVICIO ESPECIAL
AV. PERU SMP
9304-8775 9537-1915

